

RESULTADOS 3T16



São Paulo, 26 de outubro de 2016 – A Natura Cosméticos S.A. (BM&FBOVESPA: NATU3) anuncia hoje os resultados do terceiro trimestre de 2016 (3T16). As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado o contrário, são apresentadas em base consolidada, de acordo com as normas internacionais de relatório financeiro IFRS.

No terceiro trimestre de 2016, nossa receita líquida consolidada foi de R\$ 1.902,6 milhões (-4,7% vs. 3T15), o EBITDA R\$ 319,8 milhões (-20% vs. 3T15), o lucro líquido R\$ 73,1 milhões (-44,6% vs. 3T15) e a geração de caixa livre R\$ 138,3 milhões (-56,7% vs. 3T15).

No Brasil, a lucratividade foi fortemente impactada pelo aumento da carga tributária (31,6% no 3T16 vs. 30,2% no 3T15), resultado de um aumento contínuo desde 2014. Nos 9M16 versus 9M14, este impacto foi de R\$ 236,8 milhões (4,3pp da RB).

No Brasil, nossa receita líquida consolidada retraiu 7,1% frente ao 3T15, impactada pela continuidade de um contexto desafiador, em que os consumidores intensificaram a busca por produtos de preços mais baixos (*trade down*), principalmente nas categorias de perfumaria, corpo e rosto, que são mais sensíveis à renda disponível e que representam cerca de 60% da nossa receita.

Esse contexto contribuiu para a queda da frequência de compra do nosso canal e retração de 21,9% dos volumes (unidades de produtos para revenda), interrompendo a retomada do crescimento observada no 2T16.

Diante desse cenário, já ajustamos nossas promoções e *mix* de produtos para ativarmos mais os nossos consumidores e estimularmos a colocação de pedidos pelas consultoras.

Em adição a essas ações táticas, seguimos a execução de nosso plano estratégico, cujo foco está na revitalização da venda direta, em propostas inovadoras de produtos e conceitos com diferenciais de tecnologia e desempenho, na racionalização do portfólio, na revisão do posicionamento e estratégia da marca, no desenvolvimento de novas alternativas de canais, no desenho de uma organização mais ágil e eficiente e na continuidade do crescimento acelerado nas Operações Internacionais.

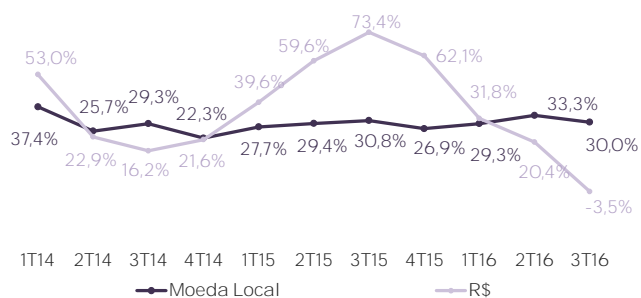
Sobre o desenvolvimento de novos canais, a linha SOU já está em 1.334 lojas no canal de farmácias. Os resultados são positivos e estamos nos preparando para aumentarmos a presença neste canal a partir de 2017. Quanto às lojas próprias, quatro foram abertas desde abril de 2016 em shoppings na cidade de São Paulo e os primeiros resultados são positivos. O Rede Natura, nosso canal on-line, continua com crescimento de receita de dois dígitos e contamos com 82 mil franqueadas digitais (54 mil no 3T15) e 1.200 mil consumidores cadastrados.

Relançamos linhas de produtos importantes de nosso portfólio - EKOS, Tododia e Humor – com investimentos relevantes em marketing no período, bem como na linha Chronos, importante para a fidelização dos consumidores, cujo relançamento ocorreu em junho de 2016.

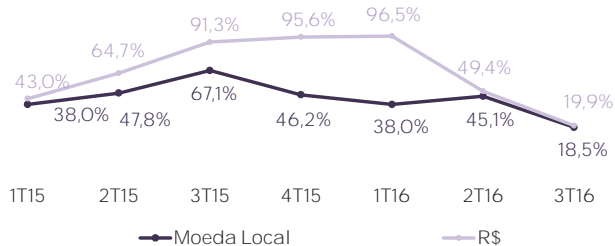
Com relação à inovação no nosso modelo de venda direta, o APP CN, que é uma ferramenta para as consultoras fazerem consultas sobre os produtos e promoções e colocarem pedidos, teve mais de 246 mil downloads e os primeiros resultados mostram um aumento de produtividade 8% para as consultoras usuárias.

Sobre nossas operações fora do Brasil, Latam e Aesop, mantivemos um crescimento acelerado de dois dígitos em moeda local com alavancagem operacional e melhora das margens. Para a Latam, como demonstrado no gráfico abaixo, na tradução para Reais, esses mesmos resultados foram impactados de forma desfavorável pela apreciação do Real frente à cesta de moedas da Latam.

Receita Líquida Latam
(% variação vs. mesmo período no ano anterior)



Receita Líquida Aesop
(% variação vs. mesmo período no ano anterior)



Na Latam, nosso canal (consultoras média do período) cresceu 10,6% frente ao 3T15 e os volumes (unidades de produtos para revenda) aumentaram 18,7%. A Aesop encerrou o trimestre com 169 lojas em 20 países (120 lojas no 3T15 em 18 países), com crescimento de cerca de 13% no conceito vendas mesmas lojas.

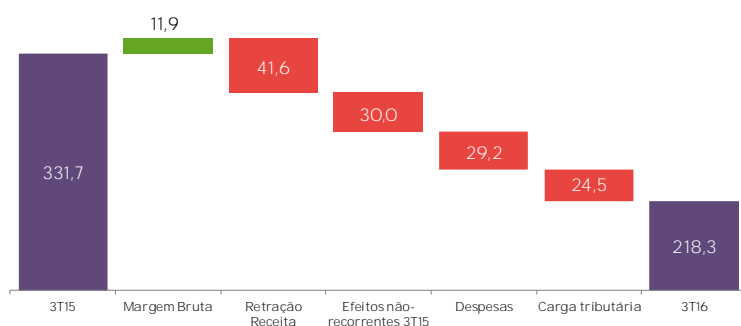
(R\$ milhões)	3T16	3T15	Var. (%)	9M16	9M15	Var. (%)
Receita Bruta Brasil	1.849,5	1.952,8	(5,3)	5.464,6	5.635,8	(3,0)
Receita Bruta Internacionais	806,7	810,2	(0,4)	2.327,0	1.970,4	18,1
Receita Bruta Consolidada	2.656,2	2.763,1	-3,9	7.791,7	7.606,2	2,4
Receita Líquida Brasil	1.265,5	1.362,1	(7,1)	3.763,3	4.013,9	(6,2)
Receita Líquida Internacionais	637,1	633,8	0,5	1.854,6	1.552,7	19,4
Receita Líquida Consolidada	1.902,6	1.995,9	-4,7	5.618,0	5.566,6	0,9
% Participação Receita Líquida Internacionais	33,5%	31,8%	1,7 pp	33,0%	27,9%	5,1 pp
EBITDA Brasil pró-forma	218,3	331,7	(34,2)	645,6	905,9	(28,7)
% Margem EBITDA Brasil	17,3%	24,4%	(7,1) pp	17,2%	22,6%	(5,4) pp
EBITDA Internacionais pró-forma	101,5	67,9	49,4	235,9	136,9	72,4
% Margem EBITDA Internacionais	15,9%	10,7%	5,2 pp	12,7%	8,8%	3,9 pp
EBITDA Consolidado	319,8	399,6	(20,0)	881,5	1.042,7	(15,5)
% Margem EBITDA Consolidada	16,8%	20,0%	(3,2) pp	15,7%	18,7%	(3,0) pp
Lucro Líquido (Prejuízo) Consolidado*	73,1	131,8	(44,6)	94,9	368,1	(74,2)
% Margem Líquida Consolidada	3,8%	6,6%	(2,8) pp	1,7%	6,6%	(4,9) pp
Geração Interna de Caixa	161,5	228,0	(29,2)	382,3	629,7	(39,3)
Geração de Caixa Livre	138,3	319,0	(56,7)	66,9	648,7	n/a
Dívida Líquida / EBITDA	n/a	n/a	n/a	1,47	1,11	32,4

(*) Lucro Líquido / (Prejuízo) do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

Nota: Crescimento em Moeda Local ex Aesop: 30% em 3T16 vs. 3T15 e 30,5% em 9M16 vs. 9M15

O EBITDA consolidado totalizou R\$ 319,8 milhões no período, 20% menor que o 3T15.

Variação EBITDA Brasil

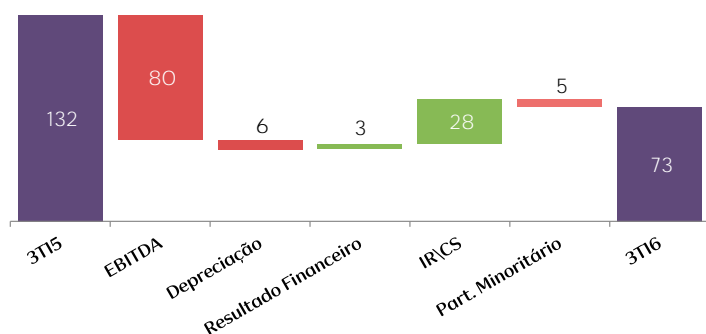


Para o Brasil, como demonstrado no gráfico ao lado, a retração de 34,2% do EBITDA é explicada pela retração de 7,1% da receita líquida, por efeitos não-recorrentes que favoreceram o resultado do 3T15 (venda de ativos), pelo aumento das despesas de propaganda com foco nos relançamentos mencionados anteriormente, um leve aumento das despesas administrativas (+2,9% vs. 3T15) e pelo aumento da carga tributária (31,6% no 3T16 vs. 30,2% no 3T15), fruto de

aumento da MVA em vários Estados.

O EBITDA das Operações Internacionais (Latam, Aesop e França) totalizou R\$ 101 milhões, foi 49% superior ao 3T15 e representou 32% do valor consolidado (17% no 3T15). Quando o EBITDA das Operações Internacionais é traduzido para Reais e incorporado aos resultados consolidados, o impacto desfavorável da apreciação do Real nos resultados da Latam foi compensado pela manutenção do crescimento acelerado da receita com alavancagem operacional.

Varição Lucro Líquido Consolidado



O lucro líquido consolidado do trimestre foi de R\$ 73 milhões (R\$ 132 milhões no 3T15) e sua contração deve-se aos seguintes fatores:

_EBITDA: piora principalmente pela queda da receita e pelo aumento da carga tributária no Brasil;

_Depreciação: aumento da base de ativos fruto dos investimentos realizados nos últimos anos;

_Resultado Financeiro: resultado positivo de R\$ 3 milhões pela combinação de diversos fatores

favoráveis e desfavoráveis que serão explicados mais adiante;

_IR/CS: menor IR em 3T16 em função do menor LAIR quando comparado com o 3T15;

A geração de caixa livre no 3T16 foi de R\$ 138 milhões (geração de R\$ 319 milhões no 3T15). A queda de R\$ 181 milhões deve-se principalmente pelo investimento em capital de giro pelo aumento da cobertura dos estoques no Brasil e na Latam.

Com relação ao Capex para 2016, estamos ajustando nosso guidance para o ano de R\$ 350 milhões para R\$ 300 milhões. A redução deve-se à maior eficiência nas compras e também à apreciação do Real frente à cesta de moedas na Latam.

R\$ milhões	3T16	3T15	Var. R\$	Var. %	9M16	9M15	Var. R\$	Var. %
Lucro líquido do exercício*	73,1	131,8	(58,7)	(44,6)	94,9	368,1	(273,2)	(74,2)
Depreciações e amortizações	68,4	62,6	5,8	9,2	195,8	172,5	23,3	13,5
Itens não caixa / Outros	14,5	1,1	13,4	n/a	35,3	(11,1)	46,4	n/a
Ajuste Aesop	5,5	32,4	(27,0)	(83,1)	56,3	100,2	(43,9)	(43,8)
Geração interna de caixa	161,5	228,0	(66,5)	(29,2)	382,3	629,7	(247,4)	(39,3)
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	41,7	188,8	(147,0)	(77,9)	(139,9)	257,7	(397,6)	(154,3)
Geração operacional de caixa	203,2	416,8	(213,5)	(51,2)	242,5	887,4	(645,0)	(72,7)
Adições / Exclusões do imobilizado e intangível	(65,0)	(97,8)	32,8	(33,6)	(175,6)	(238,7)	63,1	(26,4)
Geração de caixa livre**	138,3	319,0	(180,7)	(56,7)	66,9	648,7	(581,8)	(89,7)

(*) Lucro Líquido do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

(**) (Geração interna de caixa) +/- (variações no capital de giro e realizável a longo prazo) - (aquisições de ativo imobilizado).

1. destaques socioambientais

Aumento da ecoeficiência nas embalagens de Ekos

A linha Natura Ekos apresentou, em setembro de 2016, novos produtos, formulações e embalagens. Ao demonstrar que a floresta vale mais em pé do que derrubada, Ekos materializa em seus produtos os esforços do Programa Amazônia, criado pela Natura em 2011 com o objetivo de movimentar a economia da região de modo sustentável.

O relançamento de Ekos contemplou a substituição das embalagens plásticas dos itens da linha, a partir do aumento do uso de material reciclado pós-consumo (PET) nas embalagens. Isso ajuda a aumentar a ecoeficiência das embalagens da Natura – uma embalagem pode ser considerada ecoeficiente se composta de, no mínimo, 50% de material reciclado pós-consumo.

Em média, houve aumento de 16 pontos percentuais no uso de material reciclado pós-consumo nas embalagens de Ekos. Dessa forma, o relançamento de Ekos impacta positivamente em dois compromissos da Visão de Sustentabilidade da Natura para 2020: i. garantir que 40% das unidades faturadas tenham embalagens ecoeficientes e ii. utilizar 10% de material reciclado pós-consumo nas embalagens.

Gestão de riscos no fornecimento de insumos da sociobiodiversidade

O uso de ingredientes da sociobiodiversidade brasileira traz desafios importantes. A combinação da conservação da floresta com o uso sustentável de seus recursos depende da atuação de diversos atores: comunidades locais, governo e setor privado. De um lado, por exemplo, há a dificuldade de pequenos produtores em atingir os níveis de produção esperados; de outro, costuma ser complexo estabelecer a procedência e rastreabilidade de matérias-primas, garantindo que foram obtidas de modo não-predatório.

Em setembro, a Natura passou por uma re-certificação como membro da UEBT (Union for Ethical BioTrade), validando nossas práticas e processos relacionados ao uso sustentável da sociobiodiversidade brasileira – à luz da Norma de BioComércio Ético, baseada nas diretrizes da Convenção da Diversidade Biológica e no Protocolo de Nagoya. Entre os sete princípios listados na norma (todos com indicadores específicos) estão: repartição justa e equitativa dos benefícios derivados do uso da biodiversidade e cumprimento da legislação nacional e internacional.

Empreendedorismo de impacto socioambiental

Ainda em setembro, lançamos em conjunto com a Artemisia o *Desafio Natura Amazônia: Negócios para a Floresta em Pé*. Objetivo é potencializar o impacto dos empreendedores regionais via processo de pré-aceleração de negócios de impacto socioambiental, demonstrando que a Amazônia pode ser uma referência mundial em inovação, negócios e soluções para um mundo mais sustentável, alinhado com o Programa Amazônia. Serão duas etapas: A primeira é o entendimento do cenário de empreendedorismo de impacto socioambiental na Amazônia dentro do contexto de atuação da Natura na região. A segunda etapa será o processo de pré-aceleração que irá fortalecer os 25 negócios, visando o desenvolvimento socioambiental da região.

Indicador	Unidade	Ambição 2020	Resultado 3T2016	Resultado 2015
Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3)	kg CO2/kg prod faturado	2,15	3,30	3,18
% material reciclado pós consumo ¹	% (g mat reciclado/g emb.)	10,0	3,9	2,9
% reciclabilidade de produto ²	% (g mat reciclável/g emb.)	74,0	51,5	50,0
Embalagens ecoeficientes ³	% (unid. Faturadas emb. Ecoef/unid fat. Totais)	40,0	20,6	26,0
Consumo de insumos Amazônicos em relação ao consumo total Natura	% (R\$ insumos amazônicos/R\$ insumos totais)	30,0	19,8	12,2
Volume acumulado de negócios na região PAM Amazônica ⁴	MM R\$	1.000,0	918,0	751,9
Consumo de água	litros / unidades produzidas	0,32	0,54	0,49
Arrecadação da linha Crer para Ver ⁵	MM R\$	23,6	18,0	19,5

¹ O indicador considera o % de materiais de embalagens que provêm de reciclagem pós-consumo em relação ao total de massa de embalagem faturada.

² O indicador considera o % de materiais de embalagens que possui um potencial para reciclagem em relação ao total de massa de embalagem faturada.

³ Indicador de embalagens ecoeficientes são aquelas que apresentam redução de no mínimo 50% de peso em relação a embalagem regular/similar; ou que apresentam 50% de sua composição com MRPC e/ou material renovável desde que não apresentem aumento de massa.

⁴ Valores acumulados desde 2011.

⁵ Refere-se ao lucro antes do desconto do imposto de renda (IR) destinado ao Fundo da linha Crer para Ver.

Emissão relativa de carbono (escopo 1, 2 e 3): Crescimento de emissão relativa em relação a 2015 em virtude do menor volume de vendas no Brasil e aumento de emissões de exportação por envio aéreo para Latam. Continuamos buscando reverter esta situação, expandindo a distribuição de nossos produtos via modal marítimo e ampliando o uso de materiais reciclados nas embalagens como o vidro reciclado pós consumo em toda a perfumaria Natura. O atingimento da ambição 2020 dependerá do desenvolvimento de novos produtos ecoeficientes e alternativas de maior produção local na Latam..

% material reciclado pós-consumo: Estratégia de uso de vidro reciclado na perfumaria continua trazendo bons resultados. O desafio para atingimento da ambição 2020 é aumentar a penetração de vidro reciclado em todo portfólio da perfumaria.

% reciclabilidade de produto: Resultado nos mesmos patamares do ano anterior. O desafio proposto para 2020 dependerá do redesenho de alguns produtos do portfólio que viabilizem a separação dos componentes e da utilização de materiais com maior taxa de reciclagem.

Embalagens ecoeficientes: Menor participação nas vendas de itens com embalagens ecoeficientes. Além de disponibilizarmos as opções de refilagem e embalagens de menor impacto como a linha SOU, é necessário retomar o incentivo, junto aos consumidores, quanto o uso de refil além do maior uso de material reciclado pós consumo a mais itens do portfólio.

Consumo de insumos Amazônicos em relação ao consumo total da Natura: O resultado deve-se principalmente à maior compra de óleo de palma da Amazônia para produção de sabonetes. A ampliação do uso de ingredientes oriundos de um modelo de produção mais sustentável em nossas

formulações, é nosso desafio para alcançarmos nossa meta de 2020, contribuindo para a manutenção das regiões de floresta.

Volume acumulado de negócios na região PAM Amazônica: O resultado acumulado de R\$ 918 milhões de negócios realizados na região Pan Amazônica desde 2010 já aponta para o atingimento da ambição de 2020. A compra de insumos para a produção de sabonetes tem contribuído de forma mais representativa nos negócios realizados na região Pan amazônica. Os investimentos no Ecoparque, parque tecnológico instalado no Pará, tem uma representatividade muito significativa.

Consumo relativo de água: Em 2016 consumo relativo de água do processo produtivo decorre da redução de volume de produção, acarretando em lotes menores e consequente maior frequência de limpeza dos equipamentos. Há projetos em andamento para otimização dos processos de lavagem e sanitização visando reduzir consumo de água, bem como maior utilização de água de reuso nas nossas instalações buscando reverter essa situação. Através da análise abrangente do nosso EP&L e pegada hídrica, que contemplam toda a cadeia de valor da empresa, constatamos que o uso dos produtos representa um impacto muito maior em relação a etapa industrial. Direcionaremos nossos esforços em uma gestão compartilhada com o consumidor para a redução desse impacto.

Arrecadação da linha Crer para Ver (Educação): Os produtos da linha Crer Para Ver lançados no trimestre contribuíram para o ótimo resultado. Aproximadamente 160 mil consultoras se engajam com essa causa todos os ciclos (a cada 21 dias). A performance de vendas dos produtos apresenta ótimos resultados quanto à lucratividade, que irá se reverter em investimentos em educação por meio do Instituto Natura. Parte dos recursos será destinado ao custeio da educação das consultoras Natura com ensino médio, profissionalizante e superior.

2. desempenho econômico-financeiro

A partir do segundo trimestre de 2015 as informações por segmentos ficaram segregadas da seguinte forma: "Brasil", "LATAM" (operações na América Latina, incluindo o Corporativo LATAM), e "Aesop" (inclui os resultados das holdings Natura Brasil Pty Ltd. e Natura Cosmetics Australia Pty Ltd., sediadas na Austrália).

Disponibilizamos a série histórica desde 2011 no novo formato no link abaixo:

<http://natu.foinvest.com.br/static/ptb/balancos-interativos.asp?idioma=ptb>

Trimestre	Pro-Forma											
	(R\$ milhões)			Brasil			Latam			Aesop		
	3T16	3T15	Var%	3T16	3T15	Var%	3T16	3T15	Var%	3T16	3T15	Var%
Consultoras - final do período ('000) ²	1820,9	1835,0	(0,8)	1275,9	1336,7	(4,6)	543,9	497,2	9,4	-	-	-
Consultoras Média do período ('000)	1832,6	1825,9	0,4	1292,0	1337,1	(3,4)	539,5	487,7	10,6	-	-	-
Unidades de produtos para revenda (milhões)	112,8	129,7	(13,0)	79,3	101,5	(21,9)	31,8	26,8	18,7	1,6	1,3	24,1
Receita Bruta	2.656,2	2.763,1	(3,9)	1.849,5	1.952,8	(5,3)	658,6	686,9	(4,1)	144,9	119,7	21,1
Receita Líquida	1.902,6	1.995,9	(4,7)	1.265,5	1.362,1	(7,1)	503,1	521,3	(3,5)	131,3	109,5	19,9
CMV	(566,8)	(618,3)	(8,3)	(395,9)	(439,0)	(9,8)	(166,1)	(167,0)	(0,5)	(4,2)	(11,7)	(64,0)
Lucro Bruto	1.335,8	1.377,6	(3,0)	869,6	923,2	(5,8)	337,0	354,3	(4,9)	127,1	97,8	30,0
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(767,3)	(762,9)	0,6	(539,8)	(515,4)	4,7	(207,7)	(226,5)	(8,3)	(16,0)	(15,2)	4,8
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos	(324,6)	(314,2)	3,3	(168,7)	(163,9)	2,9	(55,1)	(72,0)	(23,4)	(99,0)	(75,3)	31,4
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	7,5	36,6	(79,4)	7,1	37,0	(80,9)	0,7	0,5	32,3	(0,2)	(1,0)	(80,4)
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(128,3)	(131,5)	(2,4)	(127,2)	(148,8)	(14,5)	(6,1)	22,3	(127,4)	5,0	(5,0)	(198,4)
Lucro antes do IR/CSLL	123,1	205,5	(40,1)	41,0	132,2	(69,0)	68,8	78,7	(12,6)	16,9	1,2	1.319,9
Imposto de Renda e Contribuição Social	(46,9)	(75,2)	(37,7)	(18,9)	(35,0)	(46,0)	(26,2)	(34,3)	(23,7)	(1,8)	(5,9)	(69,1)
Participação de não controladores	(3,1)	1,5	(310,8)	-	-	-	-	-	-	(3,1)	1,5	(310,8)
Lucro Líquido**	73,1	131,8	(44,6)	22,1	97,2	(77,3)	42,6	44,4	(4,1)	11,9	(3,3)	(465,8)
EBITDA*	319,8	399,6	(20,0)	218,3	331,7	(34,2)	80,5	60,7	32,7	24,1	13,3	81,2
Margem Bruta	70,2%	69,0%	1,2 pp	68,7%	67,8%	0,9 pp	67,0%	68,0%	(1,0) pp	96,8%	89,3%	7,5 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	40,3%	38,2%	2,1 pp	42,7%	37,8%	4,8 pp	41,3%	43,5%	(2,2) pp	12,2%	13,9%	(1,8) pp
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	17,1%	15,7%	1,3 pp	13,3%	12,0%	1,3 pp	11,0%	13,8%	(2,8) pp	75,4%	68,8%	6,6 pp
Margem Líquida	3,8%	6,6%	(2,8) pp	1,7%	7,1%	(5,4) pp	8,5%	8,5%	(0,0) pp	9,1%	(3,0)%	12,1 pp
Margem EBITDA	16,8%	20,0%	(3,2) pp	17,3%	24,4%	(7,1) pp	16,0%	11,6%	4,4 pp	18,4%	12,2%	6,2 pp

(*) EBITDA = Lucro operacional antes dos efeitos financeiros, impostos, depreciação e amortização.

(**) Lucro Líquido / (Prejuízo) do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

1 Consolidado inclui Brasil, Latam, Aesop e França.

2 Posição ao final do ciclo 13 Brasil e Argentina, 9 França e Aesop, e 12 demais países Latam.

Acumulado (R\$ milhões)	Pro-Forma											
	Consolidado ³			Brasil			Latam			Aesop		
	9M16	9M15	Var%	9M16	9M15	Var%	9M16	9M15	Var%	9M16	9M15	Var%
Consultoras - final do período ('000) ⁴	1820,9	1835,0	(0,8)	1275,9	1.336,7	(4,6)	543,9	497,2	9,4	-	-	-
Consultoras Média do período ('000)	1843,1	1.775,0	3,8	1.317,6	1.317,4	0,0	524,5	457,6	14,6	-	-	-
Unidades de produtos para revenda (milhões)	338,7	368,4	(8,0)	246,7	289,6	(14,8)	87,6	75,7	15,7	4,2	3,0	43,5
Receita Bruta	7.791,7	7.606,2	2,4	5.464,6	5.635,8	(3,0)	1.887,6	1.674,1	12,7	427,6	284,6	50,2
Receita Líquida	5.618,0	5.566,6	0,9	3.763,3	4.013,9	(6,2)	1.457,3	1.282,8	13,6	387,4	260,1	48,9
CMV	(1.726,1)	(1.703,1)	1,4	(1.213,5)	(1.270,7)	(4,5)	(478,3)	(401,2)	19,2	(32,3)	(29,0)	11,5
Lucro Bruto	3.891,8	3.863,5	0,7	2.549,9	2.743,2	(7,0)	979,0	881,6	11,0	355,0	231,1	53,6
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(2.229,3)	(2.156,8)	3,4	(1.544,5)	(1.522,0)	1,5	(623,0)	(586,3)	6,3	(48,3)	(33,4)	44,4
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos ⁹	(987,7)	(891,4)	10,8	(519,2)	(510,4)	1,7	(184,0)	(191,0)	(3,7)	(276,9)	(181,1)	52,9
Outras Receitas / (Despesas) Operacionais, líquidas	10,9	54,9	(80,2)	9,8	55,1	(82,2)	0,8	0,7	20,3	0,2	(0,9)	(123,2)
Receitas / (Despesas) Financeiras, líquidas	(525,1)	(315,2)	66,6	(494,9)	(342,8)	44,3	(31,8)	29,7	(206,9)	1,6	(2,1)	(174,3)
Lucro antes do IR/CSLL	160,6	555,0	(71,1)	1,1	423,1	(99,7)	141,0	134,7	4,7	31,7	13,6	132,8
Imposto de Renda e Contribuição Social	(61,2)	(187,0)	(67,3)	(8,2)	(116,6)	(93,0)	(43,6)	(60,8)	(28,3)	(9,4)	(9,6)	(2,0)
Participação de não controladores	(4,5)	0,1	(3.182,1)	-	-	-	-	-	-	(4,5)	0,1	(3.182,1)
Lucro Líquido**	94,9	368,1	(74,2)	(7,0)	306,5	(102,3)	97,4	73,8	31,9	17,7	4,1	329,3
EBITDA*	881,5	1.042,7	(15,5)	645,6	905,9	(28,7)	189,3	117,1	61,6	59,2	34,7	70,3
Margem Bruta	69,3%	69,4%	(0,1) pp	67,8%	68,3%	(0,6) pp	67,2%	68,7%	(1,5) pp	91,6%	88,8%	2,8 pp
Despesas Vendas, Marketing e Logística/Receita Líquida	39,7%	38,7%	0,9 pp	41,0%	37,9%	3,1 pp	42,7%	45,7%	(3,0) pp	12,5%	12,8%	(0,4) pp
Despesas Adm, P&D, TI e Projetos/Receita Líquida	17,6%	16,0%	1,6 pp	13,8%	12,7%	1,1 pp	12,6%	14,9%	(2,3) pp	71,5%	69,6%	1,9 pp
Margem Líquida	1,7%	6,6%	(4,9) pp	(0,2)%	7,6%	(7,8) pp	6,7%	5,8%	0,9 pp	4,6%	1,6%	3,0 pp
Margem EBITDA	15,7%	18,7%	(3,0) pp	17,2%	22,6%	(5,4) pp	13,0%	9,1%	3,9 pp	15,3%	13,4%	1,9 pp

(*) EBITDA = Lucro operacional antes dos efeitos financeiros, impostos, depreciação e amortização.

(**) Lucro Líquido / (Prejuízo) do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

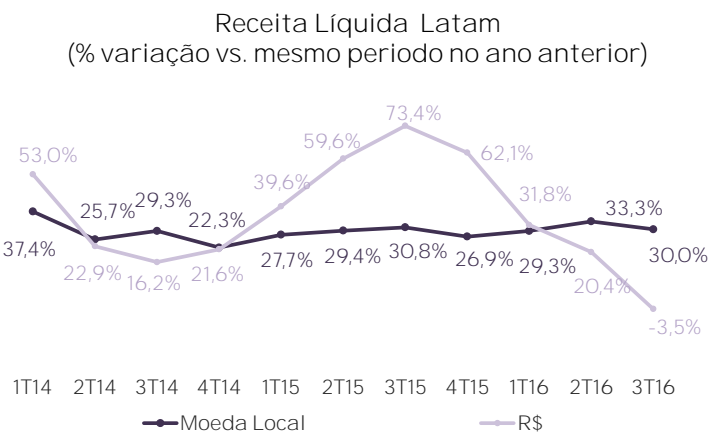
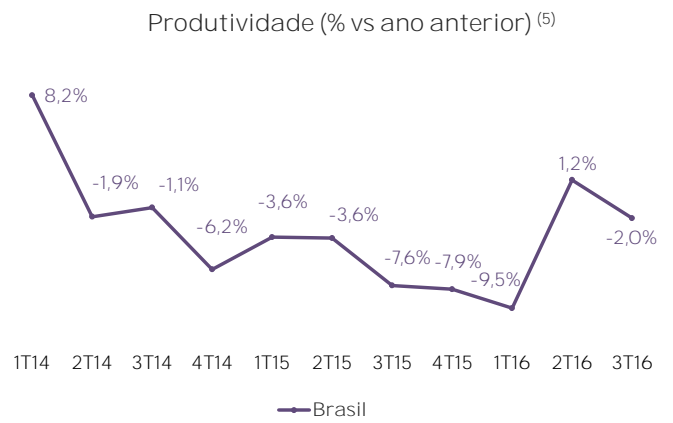
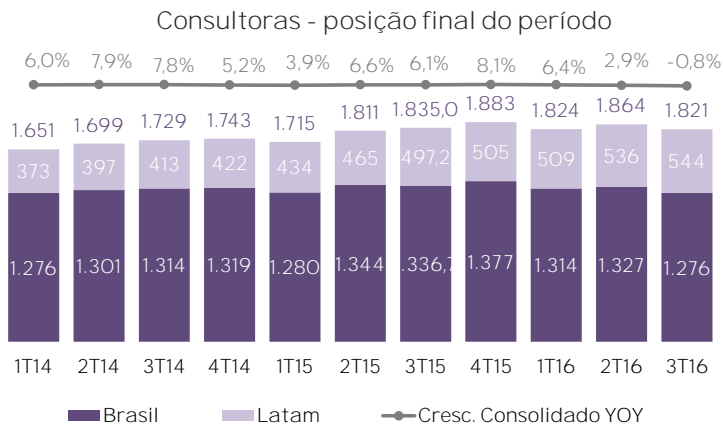
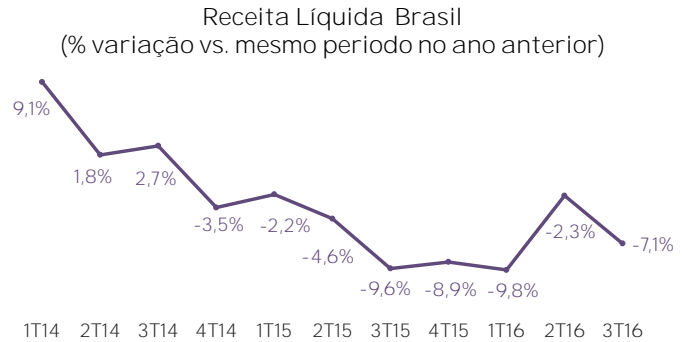
3 Consolidado inclui Brasil, Latam, Aesop e França.

4 Posição ao final do ciclo 13 Brasil e Argentina, 9 França e Aesop, e 12 demais países Latam.

2.1. receita líquida

No Brasil, a receita bruta retrocedeu 5,3% no 3T16 frente ao 3T15. Ainda pressionados por um contexto de mercado desafiador, cujas razões foram descritas acima, nossos volumes apresentaram uma retração de 21,9%. Já a receita líquida retraiu 7,1% frente ao 3T15, impactada pelo aumento da carga tributária, principalmente aumentos de alíquota de ICMS em alguns estados e do MVA em vários estados.

No período, o número médio de consultoras sofreu uma queda 3,4% em comparação com o ano passado pela queda da frequência de compra e a produtividade diminuiu 2,0% versus o 3T15.

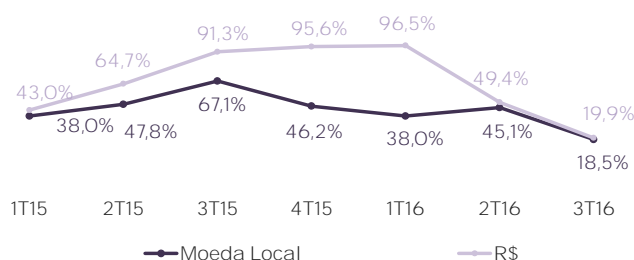


A receita líquida da Latam cresceu 30,0% em moeda local, impulsionada pela expansão do canal e aumento da produtividade das CNs, porém retraiu 3,5% em Reais pela desvalorização das moedas da região, em torno de 40%. No 3T16, a Latam representou 26,4% da receita líquida consolidada (26,1% no 3T15), com forte crescimento do número de consultoras vs. 3T15 (10,6% na média do período) e aumento das unidades vendidas em 18,7%.

⁵ Produtividade a preços de varejo = (receita bruta do período/número de consultoras média do período)/(1- %lucro da consultora)

A Aesop segue com forte crescimento, de 19,9% no 3T16 em Reais (18,5% em AUD), representando 6,9% da receita líquida consolidada (5,5% no 3T15) e vendas mesmas lojas de 13%. Nos últimos 12 meses foram inauguradas 49 lojas, incluindo 2 novos países (Dinamarca e Nova Zelândia), totalizando 169 lojas (120 em 3T15) em 20 países (18 no 3T15). O diretório com todas as lojas da Aesop pode ser encontrado no website www.aesop.com.

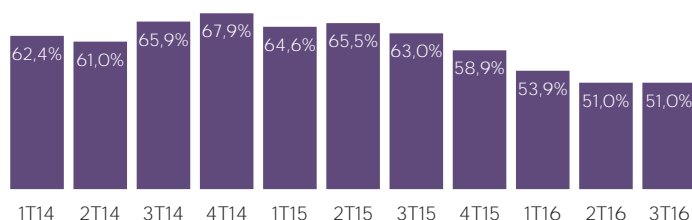
Receita Líquida Aesop
(% variação vs. mesmo período no ano anterior)



2.2. inovação & produtos

O índice de inovação⁶, com base nos últimos 12 meses findos em junho de 2016 foi de 51,0% frente a 63,0% no 3T15. A contribuição relativa dos itens lançados no período contemplado pelo indicador no trimestre foi inferior a dos lançamentos no mesmo período do ano passado.

Inovação (%RL)



2.3. margem bruta

No 3T16 a margem bruta consolidada teve um incremento de 1,2pp frente ao mesmo período do ano anterior.

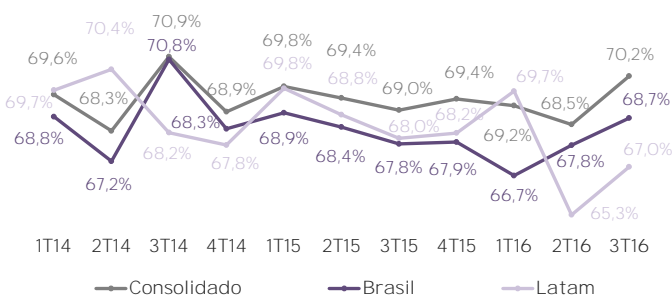
No Brasil, a melhora da margem de 0,9pp ocorreu por uma combinação de, principalmente, menor esforço promocional e efeito mix, que foram parcialmente reduzidos pela maior carga tributária e perdas no estoque do período.

Na Latam a queda de 1,0pp deu-se principalmente pelo impacto desfavorável da apreciação do Real no custo dos produtos exportados do Brasil para a região.

Na Aesop, excluindo-se um efeito não recorrente de um ajuste contábil, a margem bruta teria ficado estável em relação ao 3T15.

O quadro ao lado exhibe os principais componentes dos custos consolidados:

Margem Bruta (%RL)



	3T16	3T15	9M16	9M15
MP / ME / PA*	79,1%	80,2%	78,5%	79,1%
Mão de Obra	10,7%	8,0%	10,8%	9,2%
Depreciação	3,4%	3,5%	3,4%	3,5%
Outros	6,8%	8,3%	7,3%	8,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

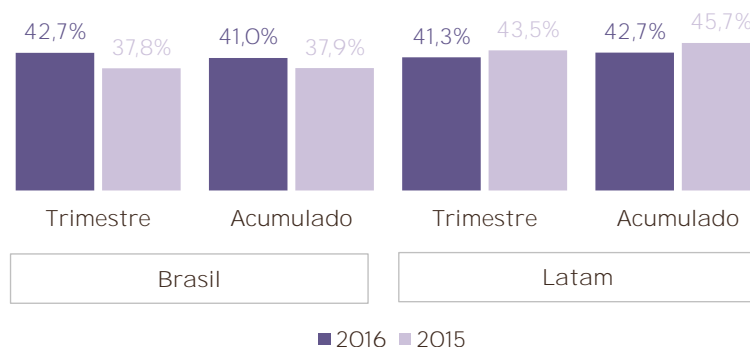
*Matéria Prima, Material de Embalagem e Produto Acabado

⁶ Índice de Inovação: participação nos últimos 12 meses da venda dos produtos lançados nos últimos 24 meses.

2.4. despesas operacionais

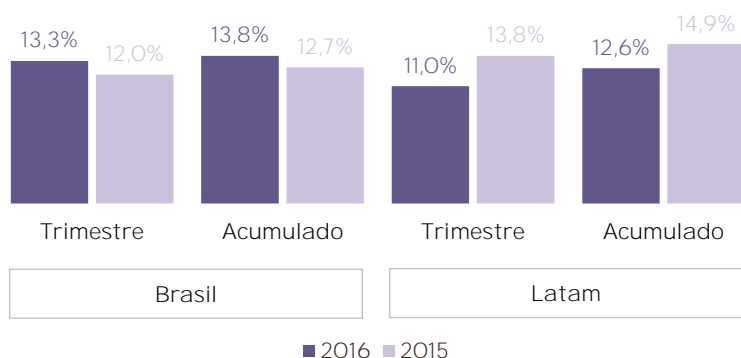
No Brasil, as despesas com vendas, marketing e logística apresentaram crescimento de 4,7% nominal frente ao 3T15, em função da maior concentração de lançamentos no 3T16 versus 3T15, com maiores investimentos em propaganda. Como percentual da receita líquida, o aumento foi de 4,9pp (42,7% no 3T16, vs. 37,8% no 3T15) em função da queda da receita e incremento nas despesas de propaganda. Demais linhas tiveram redução versus o 3T15.

Despesas com Vendas Marketing e Logística (%RL)



Na Latam esse grupo de despesas cresceu menos que a receita, mesmo com a manutenção de investimentos relevantes em marketing, alavancando a margem operacional.

Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos (%RL)



As despesas administrativas, P&D, TI e projetos no Brasil aumentaram nominalmente 2,9% no 3T16 vs. 3T15, abaixo da inflação. Continuamos com os esforços para contenção de gastos, visando a construção de uma organização mais eficiente. No acumulado do ano estas despesas permaneceram estáveis em relação ao ano passado.

Na Latam, as despesas administrativas decrescem em Reais, mas em moeda local

crescem levemente acima da inflação da região.

2.5. outras despesas e receitas operacionais

No 3T16, tivemos receitas consolidadas de R\$ 7,5 milhões versus R\$ 36,6 milhões no 3T15. O ano anterior foi majoritariamente beneficiado pela venda de ativos.

2.6. EBITDA

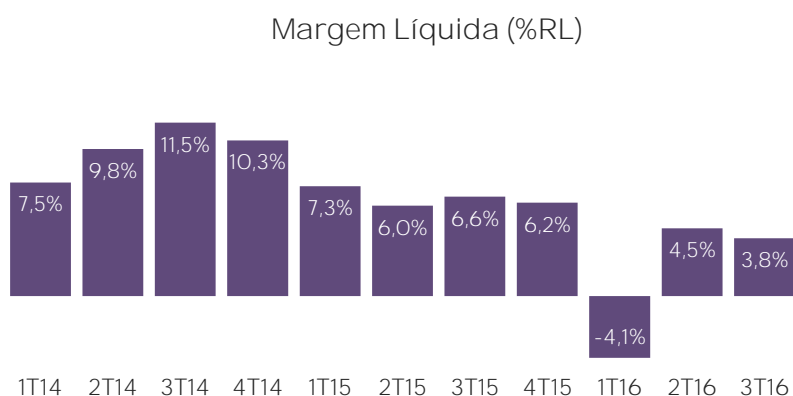
EBITDA CONSOLIDADO (R\$ milhões)						
(R\$ milhões)	3T16	3T15	Var %	9M16	9M15	Var %
Receita Líquida	1.902,6	1.995,9	(4,7)	5.618,0	5.566,6	0,9
(-) Custos e Despesas	1.651,2	1.658,9	(0,5)	4.932,3	4.696,3	5,0
EBIT	251,4	337,0	(25,4)	685,7	870,2	(21,2)
(+) Depreciação / amortização	68,4	62,6	9,2	195,8	172,5	13,5
EBITDA	319,8	399,6	(20,0)	881,5	1.042,7	(15,5)

No 3T16 o EBITDA consolidado retraiu 20,0% frente ao 3T15. No Brasil, a queda de 34,2% é explicada pela retração da receita líquida em 7,1%, aumento da carga tributária (31,6% no 3T16 vs. 30,2% no 3T15), pequeno aumento das despesas e venda de ativos no ano passado.

Na Latam, o crescimento do Ebitda em Reais foi de 32,7%, mesmo com a forte apreciação do Real versus as moedas da região. Em moeda local o Ebitda da região cresceu aproximadamente 80,0%, demonstrando a alta alavancagem operacional que o negócio está usufruindo.

O Ebitda da Aesop por sua vez cresceu 81,2% em Reais (79,3% em moeda local), impulsionado pela forte expansão da operações com a inauguração de 49 lojas nos últimos doze meses e também pelo robusto crescimento das vendas mesmas lojas de 13%.

2.7. Lucro (prejuízo) líquido



Registramos no período um lucro líquido consolidado de R\$ 73,1 milhões (lucro líquido de R\$ 131,8 milhões no 3T15), substancialmente impactado pela retração do EBITDA, explicada anteriormente, e parcialmente compensada pelo menor imposto de renda.

Demonstramos abaixo composição do lucro líquido, a partir do Ebitda:

(R\$ milhões)	3T16	3T15	Var. R\$	Var. %	9M16	9M15	Var. R\$	Var. %
EBITDA - Consolidado	319,8	399,6	(79,8)	(20,0%)	881,5	1.042,7	(161,2)	(15,5%)
Depreciações e Amortizações	(68,4)	(62,6)	(5,8)	9,2%	(195,8)	(172,5)	(23,3)	13,5%
Resultado Financeiro	(128,3)	(131,5)	3,1	(2,4%)	(525,1)	(315,2)	(209,8)	66,6%
IR / CS	(46,9)	(75,2)	28,3	(37,7%)	(61,2)	(187,0)	125,8	(67,3%)
Participação dos Minoritários	(3,1)	1,5	(4,6)	(310,8%)	(4,5)	0,1	(4,7)	(3182,1%)
Lucro Líquido - Consolidado	73,1	131,8	(58,7)	(44,6%)	94,9	368,1	(273,2)	(74,2%)

Os quadro abaixo apresenta as principais variações do resultado financeiro com as explicações na sequência:

(R\$ milhões)	3T16	3T15	Var. R\$	Var. (%)	9M16	9M15	Var. R\$	Var. (%)
Resultado financeiro	(128,3)	(131,5)	3,1	(2%)	(524,6)	(315,2)	(209,4)	66%
1. Empréstimos e Aplicações Brasil	(64,3)	(59,6)	(4,7)	8%	(189,4)	(167,5)	(21,9)	13%
2. Variação Cambial Operacional Brasil	(0,2)	14,9	(15,1)	(101%)	(18)	34,9	(53,0)	(152%)
3. Atualização Opção de Compra Aesop	(1,9)	(32,6)	30,7	(94%)	(118,2)	(100,4)	(17,8)	18%
4. Operações Internacionais - LATAM	(6,1)	22,3	(28,4)	(127%)	(31,8)	29,7	(61,5)	(207%)
5. Outros Despesas / Receitas Financeiras	(55,9)	(76,5)	20,6	(27,0%)	(167,1)	(112,0)	(55,1)	49,2%
Marcação a Mercado dos Derivativos Financeiros	9,8	(27,4)	37,2	(136%)	(10,3)	(9,8)	(0,4)	5%
Contingências Judiciais	(28,6)	(22,3)	(6,4)	29%	(83,7)	(47,5)	(36,2)	76%
Reclassificação BNDES - CPC07	(18,8)	(13,6)	(5,1)	38%	(43,9)	(32,6)	(11,3)	35%
Outros	(18,4)	(13,3)	(5,1)	38%	(29,2)	(22,1)	(7,1)	32%

Resultado Financeiro: variação positiva de R\$ 3 milhões versus o 3T15, pela combinação dos seguintes fatores:

_Empréstimos e aplicações Brasil: menor receita financeira em função da redução do saldo médio aplicado, parcialmente compensada por uma despesa financeira menor, gerada pela redução do endividamento médio do período.

_Variação Cambial Operacional Brasil: reflete o efeito da relação entre o BRL/USD no período, que foi estável, sobre os recebíveis de exportação.

_Atualização da opção de compra da Aesop: demonstra a atualização do passivo referente à aquisição da parcela remanescente da Aesop. O Valor contabilizado em cada período reflete o desempenho do negócio (EBITDA do exercício financeiro findo em 30 de junho de 2016), a variação cambial sobre o valor do passivo (BRL/AUD) e o ajuste do hedge.

_Operações internacionais: a variação é predominantemente resultante da relação entre Reais e Pesos Argentinos sobre as importações a pagar da Argentina. Neste trimestre a cotação está praticamente estável.

2.8. fluxo de caixa

Tivemos uma geração de caixa livre de R\$ 138,3 milhões no período, contra uma geração de R\$ 319,0 milhões no 3T15, consequência da contração do lucro líquido e uma menor redução do capital de giro (R\$

41,7 milhões no 3T16 contra uma redução de R\$ 188,8 milhões no 3T15), principalmente pelo aumento da cobertura dos estoques no Brasil e na Latam.

No acumulado do ano a menor geração de caixa versus 2015 se dá em função dos efeitos identificados nos 2 primeiros trimestres do ano, principalmente o prejuízo líquido reportado no 1T16 e maior investimento em capital giro.

R\$ milhões	3T16	3T15	Var. R\$	Var. %	9M16	9M15	Var. R\$	Var. %
Lucro Líquido do exercício*	73,1	131,8	(58,7)	(44,6)	94,9	368,1	(273,2)	(74,2)
Depreciações e amortizações	68,4	62,6	5,8	9,2	195,8	172,5	23,3	13,5
Itens não caixa / Outros	14,5	1,1	13,4	n/a	35,3	(11,1)	46,4	n/a
Ajuste Aesop	5,5	32,4	(27,0)	(83,1)	56,3	100,2	(43,9)	(43,8)
Geração interna de caixa	161,5	228,0	(66,5)	(29,2)	382,3	629,7	(247,4)	(39,3)
(Aumento) / Redução do Capital de Giro	41,7	188,8	(147,0)	(77,9)	(139,9)	257,7	(397,6)	(154,3)
Geração operacional de caixa	203,2	416,8	(213,5)	(51,2)	242,5	887,4	(645,0)	(72,7)
Adições / Exclusões do imobilizado e intangível	(65,0)	(97,8)	32,8	(33,6)	(175,6)	(238,7)	63,1	(26,4)
Geração de caixa livre**	138,3	319,0	(180,7)	(56,7)	66,9	648,7	(581,8)	(89,7)

(*) Lucro Líquido do período atribuível a acionistas controladores da sociedade

(**) (Geração interna de caixa) +/- (variações no capital de giro e realizável a longo prazo) - (aquisições de ativo imobilizado).

2.9. endividamento

Encerramos o exercício com um índice de endividamento líquido (dívida líquida / EBITDA) de 1,47 frente a 1,11 no mesmo período do ano passado, consequência da queda do EBITDA e a menor geração de caixa no ano.

(R\$ milhões)	set/16	Part (%)	set/15	Part (%)	Var. (%)
Curto Prazo	1.950,7	51,6	1.885,8	40,9	3,4
Longo Prazo	2.124,2	56,2	4.045,5	87,7	(47,5)
Instrumentos financeiros derivativos*	(70,6)	(1,9)	(999,3)	(21,7)	(92,9)
Arrendamentos Mercantis - Financeiros / Outros**	(221,4)	(5,9)	(318,2)	(6,9)	(30,4)
Total da Dívida	3.782,9		4.613,8		(18,0)
(-) Caixa e Aplicações Financeiras	1.820,0		2.907,9		(37,4)
(=) Endividamento Líquido	1.962,9		1.705,9		15,1
Dívida Líquida / Ebitda	1,47		1,11		
Total Dívida / Ebitda	2,84		3,01		

*Excluindo os impactos temporários e não-caixa da marcação a mercado de derivativos atrelados à dívida em moeda estrangeira

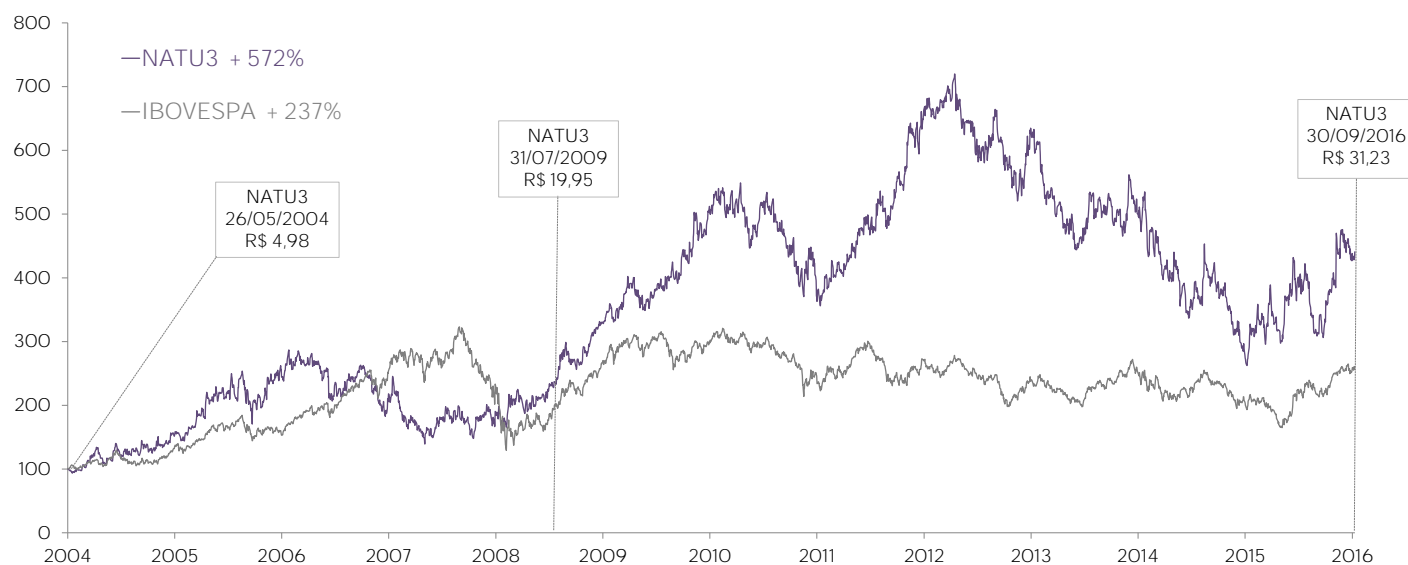
**Outros: reclassificação das despesas de juros de empréstimos subsidiados do resultado financeiro conforme pronunciamento contábil CPC07

3. desempenho NATU3

No 3T16, as ações da Natura tiveram uma valorização de 22,5% versus 13,3% do Ibovespa, e 34,4% desde o fechamento de dezembro de 2015 versus 34,6% do Ibovespa.

O volume médio diário negociado no trimestre foi de R\$ 36,1 milhões, frente a R\$ 23,5 milhões no mesmo período do ano anterior.

Em junho 2016 nossa posição Índice de Negociabilidade da BOVESPA foi de 49º. (49º. em junho 2015). O gráfico abaixo demonstra o desempenho das ações Natura desde o seu lançamento (IPO):



4. teleconferência & webcast

A Teleconferência com Webcast será realizada em 27 de outubro de 2016 (quinta-feira) conforme horários abaixo:

Português / Inglês

10h00 - Horário de Brasília

08h00 - Horário de NY (tradução simultânea)

Participantes do Brasil: +55 11 3193 1001 /+55 11 2820 4001

Participantes dos EUA: Toll Free + 1 888 700 0802

Participantes de outros países: +1 786 924 6977

Senha para os participantes: Natura

Transmissão ao vivo pela internet:

www.natura.net/investidor

5. relações com investidores

Telefone: (11) 4571-7786

Marcel Goya, marcelgoya@natura.net

Luiz Palhares, luizpalhares@natura.net

Rodrigo Yuzo Ishiwa, rodrigoishiwa@natura.net

Camila Soares Cabrera, camilacabrera@natura.net



Índice Brasil 50 **IBRX 50**



MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

Índice de Ações com Tag Along Diferenciado **ITAG**

MSCI

2015 Constituinte
MSCI Global
Sustainability Indexes

Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada **IGC**



Índice Carbono Eficiente **ICO2** MSCI

Índice de Sustentabilidade Empresarial **ISE** 2015

6. balanços patrimoniais

em setembro de 2016 e dezembro de 2015

(em milhões de reais - R\$)

ATIVO	set-16	dez-15	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	set-16	dez-15
CIRCULANTES			CIRCULANTES		
Caixa e equivalentes de caixa	785,0	1.591,8	Empréstimos e financiamentos	1.950,7	2.161,4
Titulos e valores mobiliários	1.035,0	1.191,8	Fornecedores e outras contas a pagar	697,0	802,9
Contas a receber de clientes	947,2	909,0	Salários, participações nos resultados e encargos sociais	237,7	201,2
Estoques	1.024,3	963,7	Obrigações tributárias	986,0	1.048,0
Impostos a recuperar	315,1	320,4	Provisão para aquisição de participação de não controlador	247,0	190,7
Instrumentos financeiros derivativos	18,5	734,5	Outras obrigações	162,3	168,8
Outros ativos circulantes	311,8	307,5	Total dos passivos circulantes	4.280,7	4.572,9
Total dos ativos circulantes	4.436,9	6.018,7			
NÃO CIRCULANTES			NÃO CIRCULANTES		
Impostos a recuperar	281,4	289,4	Empréstimos e financiamentos	2.124,2	3.374,5
Imposto de renda e contribuição social diferidos	443,4	212,6	Obrigações tributárias	206,5	87,7
Depósitos judiciais	288,4	287,8	Imposto de renda e contribuição social diferidos	25,4	34,1
Outros ativos não circulantes	20,6	17,6	Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	88,2	77,9
Imobilizado	1.707,3	1.752,4	Outros passivos não circulantes	264,9	170,1
Intangível	769,7	816,5	Total dos passivos não circulantes	2.709,3	3.744,3
Total dos ativos não circulantes	3.510,8	3.376,3	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	427,1	427,1
			Reservas de capital	141,2	134,7
			Reservas de lucros	504,4	409,5
			Ações em tesouraria	(37,1)	(37,9)
			Dividendo adicional proposto	0,0	123,1
			Ajustes de avaliação patrimonial	(124,5)	(28,3)
			Total do patrimônio líquido - acionistas controladores	911,0	1.028,2
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	46,7	49,6
			Total do patrimônio líquido	957,7	1.077,8
TOTAL DO ATIVO	7.947,7	9.395,0	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	7.947,7	9.395,0

7. demonstrações dos resultados

para os períodos findos em 30 de setembro de 2016 e de 2015

(R\$ milhões)	3T16	3T15	9M16	9M15
RECEITA LÍQUIDA	1.902,6	1.995,9	5.618,0	5.566,6
Custo dos produtos vendidos	(566,8)	(618,3)	(1.726,1)	(1.703,1)
LUCRO BRUTO	1.335,8	1.377,6	3.891,8	3.863,5
(DESPESAS) RECEITAS OPERACIONAIS				
Despesas com Vendas, Marketing e Logística	(767,3)	(762,9)	(2.229,3)	(2.156,8)
Despesas Administrativas, P&D, TI e Projetos	(324,6)	(314,2)	(987,7)	(891,4)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	7,5	36,6	10,9	54,9
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	251,4	337,0	685,7	870,2
Receitas financeiras	106,6	776,8	892,1	1.711,3
Despesas financeiras	(234,9)	(908,3)	(1.417,2)	(2.026,6)
LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E DA CONTRIBUIÇÃO SOCI	123,1	205,5	160,6	555,0
Imposto de renda e contribuição social	(46,9)	(75,2)	(61,2)	(187,0)
LUCRO ANTES DA PARTICIPAÇÃO DE NÃO CONTROLADORES	76,2	130,3	99,4	368,0
Não controladores	3,1	(1,5)	4,5	(0,1)
LUCRO LÍQUIDO ATRIBUÍVEL A	73,1	131,8	94,9	368,1
Acionistas Controladores da Sociedade	73,1	131,8	94,9	368,1
Não controladores	3,1	(1,5)	4,5	(0,1)
	76,2	130,3	99,4	368,0

8. demonstrações dos fluxos de caixa

para os períodos findos em 30 de setembro de 2016 e de 2015

(R\$ milhões)	9M16	9M15
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Lucro líquido do período	99,4	368,0
do período com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciações e amortizações	195,8	172,5
Provisão (reversão) decorrente dos contratos de operações com derivativos "swap" e "forward"	607,2	(899,8)
Provisão (reversão) para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	10,2	3,9
Atualização monetária de depósitos judiciais	(12,4)	(15,6)
Imposto de renda e contribuição social	61,2	187,0
Resultado na venda e baixa de ativo imobilizado e intangível	(3,5)	(32,8)
Juros e variação cambial sobre empréstimos e financiamentos	(247,6)	1.044,0
Variação cambial sobre outros ativos e passivos	25,5	14,7
Provisão (reversão) para perdas com imobilizado	0,3	(0,7)
Provisão (reversão) com planos de outorga de opções de compra de ações	7,2	(5,9)
Provisão para créditos de liquidação duvidosa, líquida de reversões	6,6	10,7
Provisão (reversão) para perdas nos estoques líquidas	41,4	(2,6)
Provisão com plano de assistência médica e crédito de carbono	8,3	4,7
Resultado líquido do exercício atribuível a não controladores	(4,5)	0,1
Provisão para aquisição de participação de não controladores	56,3	100,2
	851,5	948,5
(AUMENTO) REDUÇÃO DOS ATIVOS		
Contas a receber de clientes	(63,5)	(68,9)
Estoques	(102,0)	(188,1)
Impostos a recuperar	13,3	(214,6)
Outros ativos	(7,4)	(32,4)
Subtotal	(159,5)	(503,9)
AUMENTO (REDUÇÃO) DOS PASSIVOS		
Fornecedores nacionais e estrangeiros	(105,9)	404,4
Salários, participações nos resultados e encargos sociais, líquidos	36,5	44,4
Obrigações tributárias	(30,7)	10,5
Outros passivos	(35,3)	41,8
Subtotal	(135,3)	501,1

CAIXA GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	556,7	945,7
OUTROS FLUXOS DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(205,2)	(41,0)
Levantamentos (pagamentos) de depósitos judiciais	16,8	(3,1)
Pagamentos relacionados a processos tributários, cíveis e trabalhistas	(8,8)	(4,6)
Recebimentos de recursos por liquidação de operações com derivativos	122,3	270,5
Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos	(288,3)	(227,8)
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO NAS) PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	193,5	939,8
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Adições de imobilizado e intangível	(175,9)	(238,7)
Recebimento pela venda de ativo imobilizado e intangível	16,1	76,1
Aplicação em títulos e valores mobiliários	(3.813,2)	(4.308,9)
Resgate de títulos e valores mobiliários	3.970,1	3.556,1
CAIXA LÍQUIDO GERADO (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	(2,9)	(915,5)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Amortização de empréstimos e financiamentos - principal	(1.392,7)	(1.157,6)
Captações de empréstimos e financiamentos	574,1	2.227,1
Pagamento de dividendos e juros sobre capital próprio referentes ao exercício anterior	(123,1)	(685,6)
CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS (UTILIZADO NAS) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(941,7)	383,9
Efeito de variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(55,8)	50,9
AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	(806,8)	459,1
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	1.591,8	1.164,2
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	785,0	1.623,3
AUMENTO (REDUÇÃO) NO CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	(806,8)	459,1
Informações adicionais às demonstrações dos fluxos de caixa:		
Itens não caixa:		
Capitalização de leasing financeiro	-	80,9
Hedge accounting, líquido dos efeitos tributários	24,6	147,7
Efeito da alteração de participação da Sociedade em controladas no exterior	-	3,6
* As notas explicativas são parte integrante das informações contábeis intermediárias		

9. glossário

_CDI: Certificado de depósito interbancário.

_CN: Revendedoras autônomas, que não têm relação de emprego com a Natura, também chamadas Consultoras Natura.

_CNO: Revendedoras autônomas, que não têm relação de emprego conosco, e apoiam as Gerentes de Relacionamento em suas atividades, também chamadas de Consultoras Natura Orientadoras.

_Comunidades Fornecedoras: Comunidades de agricultores familiares e extrativistas de diversas localidades do Brasil – majoritariamente da Região Amazônica que extraem de forma sustentável insumos da sociobiodiversidade utilizados em nossos produtos. Estabelecemos com essas comunidades cadeias produtivas que se pautam pelo preço justo, repartição de benefícios pelo acesso ao patrimônio genético e aos conhecimentos tradicionais associados e apoio a projetos de desenvolvimento sustentável local. Esse modelo de negócio tem se mostrado efetivo na geração de valor social, econômico e ambiental para a Natura e para as comunidades.

_GEE: Gases de Efeito Estufa.

_Índice de Inovação: Participação nos últimos 12 meses da venda dos produtos lançados nos últimos 24 meses.

_Instituto Natura: é uma organização sem fins lucrativos criada em 2010 para fortalecer e ampliar nossas iniciativas de Investimento Social Privado. Sua criação nos permitiu potencializar os esforços e investimentos em ações que contribuam para a melhoria da qualidade do ensino público.

_Mercado Alvo: Referente aos dados de mercado alvo da SIPATESP/Abihpec. Considera somente os segmentos nos quais a Natura opera. Exclui fraldas, itens de higiene oral, tintura para cabelo, esmaltes, absorventes dentre outros.

_PLR: Participação nos Lucros e Resultados.

_Programa Natura Crer Para Ver: Linha especial de produtos não cosméticos, cujo lucro é revertido para o Instituto Natura, no Brasil, e investido pela Natura em ações sociais nos demais países onde operamos. Nossas consultoras e consultores se engajam nas vendas em prol de seu benefício social, sem obter ganhos.

_Rede de Relações Sustentáveis: Modelo Comercial adotado no México que contempla oito etapas de avanço da consultora: Consultora Natura, Consultora Natura Empreendedora, Formadora Natura 1 e 2, Transformadora Natura 1 e 2, Inspiradora Natura e Associada Natura. Para ascender na atividade, é preciso atender a critérios de volume de vendas, atração de novas consultoras e – como diferencial dos demais modelos existentes no país – desenvolvimento pessoal e de relações socioambientais na comunidade.

_Repartição de Benefícios: Com base na Política Natura de Uso Sustentável da Biodiversidade e do Conhecimento Tradicional Associado, é utilizada a premissa de repartir benefícios sempre que percebermos diferentes formas de valor nos acessos que realizamos. Sendo assim, uma das práticas que definem a forma como esses recursos serão divididos é associar pagamentos ao número de matérias-primas produzidas a partir de cada planta e ao sucesso comercial dos produtos para os quais essas matérias-primas servem de insumo.

_Sipatesp/Abihpec: Sindicato da Indústria de Perfumarias de Artigos de Toucador do Estado de São Paulo / Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

O EBITDA não é uma medida utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados. Também não deve ser considerado como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado e sua definição na Sociedade, eventualmente, pode não ser comparável ao LAJIDA ou EBITDA definido por outras companhias. Ainda que o EBITDA não forneça, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, uma medida do fluxo de caixa, a Administração o utiliza para mensurar o desempenho operacional da Sociedade. Adicionalmente, entendemos que determinados investidores e analistas financeiros utilizam o EBITDA como indicador do desempenho operacional de uma companhia e/ou de seu fluxo de caixa.

Este relatório contém informações futuras. Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da direção da Natura. As palavras “antecipa”, “deseja”, “espera”, “prevê”, “pretende”, “planeja”, “prediz”, “projeta”, “almeja” e similares, pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, transições de produto da Companhia e seus competidores, aprovação regulamentar, moeda, flutuação da moeda, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças na venda de produtos, dentre outros riscos. Este relatório também contém algumas informações “pró-forma”, elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, portanto, são grandezas não auditadas. Este relatório está atualizado até a presente data e a Natura não se obriga a atualizá-lo mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.



EARNINGS RELEASE

3Q16



São Paulo, October 26, 2016 – Natura Cosméticos S.A. (BM&FBOVESPA: NATU3) announces today its results for the third quarter of 2016 (3Q16). Except where stated otherwise, the financial and operating information in this release is presented on a consolidated basis, in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS).

In the third quarter of 2016, Natura posted consolidated net revenue of R\$1,902.6 million (-4.7% vs. 3Q15), EBITDA of R\$319.8 million (-20% vs. 3Q15), net revenue of R\$ 73.1 million (-44.6% vs. 3Q15) and free cash generation of R\$138.3 million (-56.7% vs. 3Q15).

In Brazil, profitability was heavily affected by the higher effective tax rate (31.6% in 3Q16 vs 30.2% in 3Q15), which has increased continuously since 2014. In 9M16 compared to 9M14, this impact amounted to R\$236.8 million (4.3 p.p. of gross revenue).

In Brazil, our consolidated net revenue contracted 7.1% from 3Q15, due to the still challenging scenario, in which consumers intensified their search for products with lower prices (trade down), especially in fragrances, body and face care, which are more sensitive to disposable income and account for some 60% of our revenue.

This context contributed to the decline in our channel's buying frequency and to the 21.9% contraction in sales volumes (product units for resale), interrupting the growth recovery observed in 2Q16.

In view of this scenario, we have already adjusted our promotions and product mix to more effectively activate our consumers and encourage the placement of orders by consultants.

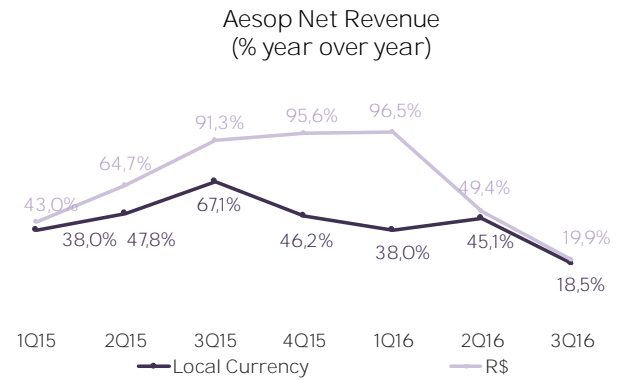
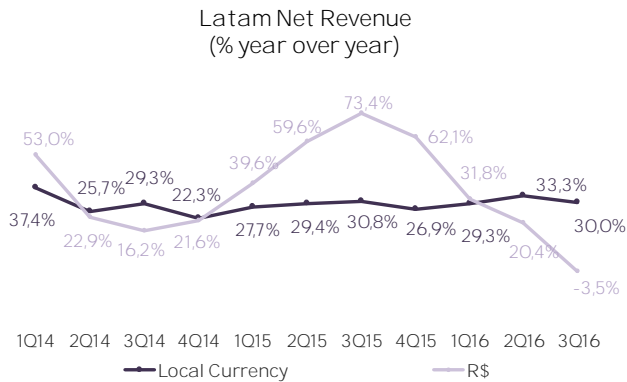
In addition to these tactical actions, we continued to make progress on executing our strategic plan, whose focus is on revitalizing the direct selling channel, innovative propositions for products and concepts with unique technologies and performance, streamlining our portfolio, reviewing our brand positioning and strategy, developing new alternative channels, designing a more agile and efficient organization and maintaining accelerated growth in the International Operations.

With regard to the development of new channels, the SOU line is already in 1,334 stores in the drugstore channel. The results are positive and we are preparing to expand our presence through this channel as of 2017. Regarding our owned stores, four units have been opened since April 2016 in shopping malls in the city of São Paulo and the initial results are positive. Natura Network, our online channel, continues to post double-digit sales growth and has 82,000 digital franchisees (54,000 in 3Q15) and 1,200 registered consumers.

We relaunched important product lines in our portfolio (EKOS, Tododia and Humor), which were supported by significant marketing investments in the period, as well as Chronos, an important line for stimulating consumer loyalty, which was relaunched in June 2016.

With regard to innovating our direct selling model, the CN APP, a mobile application for consultants to access products and promotions and place orders, was downloaded over 246,000 times and its initial results showed an 8% increase in productivity for those consultants using it.

In our operations outside Brazil, Latam and Aesop, we maintained accelerated double-digit growth in local currency with operational leverage and margin expansion. In the case of Latam, as the following chart shows, its results, after translated into Brazilian real, were adversely affected by the currency strengthening against a basket of Latam currencies.



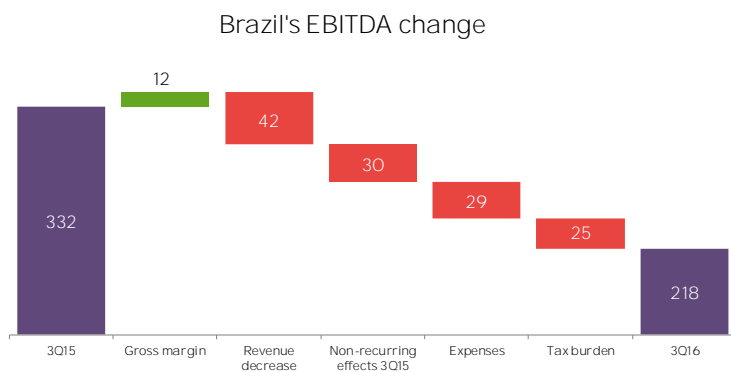
In the case of Latam, our channel (average number of consultants in the period) grew 10.6% from 3Q15 while volumes (product units for resale) increased 18.7%. Aesop ended the quarter with 169 stores in 20 countries (120 stores in 18 countries in 3Q15) and same-store sale growth of around 13%.

R\$ million	3Q16	3Q15	Change (%)	9M16	9M15	Change (%)
Brazil Gross Revenue	1849,5	1952,8	(5,3)	5.464,6	5.635,8	(3,0)
International Gross Revenue	806,7	810,2	(0,4)	2.327,0	1.970,4	18,1
Consolidated Gross Revenue	2.656,2	2.763,1	-3,9	7.791,7	7.606,2	2,4
Brazil Net Revenue	1.265,5	1.362,1	(7,1)	3.763,3	4.013,9	(6,2)
International Net Revenue*	637,1	633,8	0,5	1.854,6	1.552,7	19,4
Consolidated Net Revenue	1.902,6	1.995,9	-4,7	5.618,0	5.566,6	0,9
% Share International Net Revenue	33,5%	31,8%	1,7 pp	33,0%	27,9%	5,1 pp
Brazil pro-forma EBITDA	218,3	331,7	(34,2)	645,6	905,9	(28,7)
% Brazil pro-forma EBITDA Margin	17,3%	24,4%	(7,1) pp	17,2%	22,6%	(5,4) pp
International pro-forma EBITDA	101,5	67,9	49,4	235,9	136,9	72,4
% International pro-forma EBITDA Margin	15,9%	10,7%	5,2 pp	12,7%	8,8%	3,9 pp
Consolidated EBITDA	319,8	399,6	(20,0)	881,5	1.042,7	(15,5)
% Consolidated EBITDA Margin	16,8%	20,0%	(3,2) pp	15,7%	18,7%	(3,0) pp
Consolidated Net Income	73,1	131,8	(44,6)	94,9	368,1	(74,2)
% Consolidated Net Margin	3,8%	6,6%	(2,8) pp	1,7%	6,6%	(4,9) pp
Internal cash generation	161,5	228,0	(29,2)	382,3	629,7	(39,3)
Free cash flow	138,3	319,0	(56,7)	66,9	648,7	n/a
Net Debt / EBITDA	n/a	n/a	n/a	1,47	1,11	32,45

*Net (Loss) income attributable to owners of the Company

Note: Growth in Local Currency ex Aesop: 30% in 3Q16 vs. 3Q15 and 30,5% in 9M16 vs. 9M15

Consolidated EBITDA amounted to R\$319.8 million in the period, 20% lower than in 3Q15.



In Brazil, as the chart on the left shows, the 34.2% drop in EBITDA is explained by the 7.1% contraction in net revenue, reflecting the non-recurring effects that benefited the 3Q15 results (asset divestment), higher advertising expenses focusing on the aforementioned relaunches, a slight increase in administrative expenses (+2.9% vs. 3Q15) and the higher effective tax rate (31.6% in 3Q16 vs. 30.3% in 3Q15), given the increase in value added margin (MVA) in several States.

EBITDA from the International Operations (Latam, Aesop and France) amounted to R\$ 101 million, increasing 49% from 3Q15 and accounting for 32% of consolidated EBITDA (17% in 3Q15). When EBITDA

from the International Operations is translated into Brazilian real and incorporated into the consolidated results, the adverse effect from the Brazilian real's appreciation on the results of Latam was neutralized by the continued accelerated growth in revenue with operational leverage.

Change in consolidated net profit



Consolidated net income for the quarter amounted to R\$ 73 million (R\$ 132 million in 3Q15), with this contraction due to the following factors:

_EBITDA: deterioration primarily due to the lower revenue and the higher effective tax rate in Brazil;

_Depreciation: larger asset base due to the investments made in recent years;

_Financial Result: income of R\$ 3 million due to a combination of various positive and negative factors to be explained later;

_Income and Social Contribution taxes: lower income tax in 3Q16 due to the lower EBIT compared to 3Q15;

Free cash flow in 3Q16 was R\$ 138 million (R\$ 319 million in 3Q15). The decrease of R\$ 181 million is basically explained by the investment in working capital due to the higher inventory coverage in Brazil and Latam.

With regard to CAPEX for 2016, we are adjusting our guidance for the year from R\$ 350 million to R\$ 300 million. This reduction was due to the increased efficiency in sourcing and to the appreciation in the Brazilian real against a basket of Latam currencies.

R\$ million	3Q16	3Q15	Change R\$	Change %	9M16	9M15	Change R\$	Change %
Net Income*	73,1	131,8	(58,7)	(44,6)	94,9	368,1	(273,2)	(74,2)
Depreciation and amortization	68,4	62,6	5,8	9,2	195,8	172,5	23,3	13,5
Non-cash/Others	14,5	1,1	13,4	n/a	35,3	(11,1)	46,4	n/a
Provision for acquiring Aesop's remaining interest	5,5	32,4	(27,0)	(83,1)	56,3	100,2	(43,9)	(43,8)
Internal cash generation	161,5	228,0	(66,5)	(29,2)	382,3	629,7	(247,4)	(39,3)
Working Capital (Increase)/Decrease	41,7	188,8	(147,0)	(77,9)	(139,9)	257,7	(397,6)	(154,3)
Operating cash generation	203,2	416,8	(213,5)	(51,2)	242,5	887,4	(645,0)	(72,7)
Capex	(65,0)	(97,8)	32,8	(33,6)	(175,6)	(238,7)	63,1	(26,4)
Free cash flow**	138,3	319,0	(180,7)	(56,7)	66,9	648,7	(581,8)	(89,7)

(*) Net Income attributable to owners of the Company

(**) (Internal cash generation) +/- (changes in working capital and long-term assets and liabilities) - (acquisitions of property, plant, and equipment).

1. social and environmental highlights

Ekos packaging captures eco-efficiency gains

In September 2016, the Natura Ekos line launched new products, formulations and packaging. By demonstrating that forests hold greater value when they are standing than when cut down, Ekos materializes in its products the efforts of the Amazonia Program, which was created by Natura in 2011 to promote the region's sustainable economic development.

The relaunch of the Ekos line includes replacing the plastic packaging of the line's products with the increased use of post-consumer recycled materials (PET). This helps increase the eco-efficiency of Natura's packaging – packaging is considered eco-efficient if it is composed of at least 50% post-consumer recycled materials.

The use of post-consumer recycled materials in Ekos packaging increased on average by 16 percentage points. As such, the relaunch of Ekos had a positive impact on two commitments of Natura's Sustainability Vision for 2020: i. ensure that 40% of units invoiced is sold in eco-efficient packaging and ii. the use 10% of post-consumer recycled materials in packaging.

Risk management in the sourcing of social and biodiversity inputs

The use of ingredients extracted from Brazil's social and biodiversity poses important challenges. Combining forest conservation and the sustainable use of its resources depends on actions by various actors: local communities, governments and the private sector. On the one hand, for example, small producers encounter difficulties in achieving the expected production levels; on the other hand, establishing the origin and traceability of raw materials, which ensures they were obtained using non-predatory methods, is normally a complex task.

In September, Natura was re-certified as a member of the Union for Ethical BioTrade (UEBT), which validates our practices and processes related to the sustainable use of Brazilian social and biodiversity – in accordance with the Ethical BioTrade Standard, which is based on the guidelines of the Conventions on Biological Diversity and the Nagoya Protocol. The seven principles listed in the standard (all with specific indicators) include: fair and equal sharing of the benefits derived from the use of biodiversity and compliance with national and international legislation.

Socio-environmental impact entrepreneurship

Still in September, we launched, in partnership with Artemisia, the *Natura Amazonia Challenge: Businesses for the Standing Forest*. The purpose is to maximize the impact generated by regional entrepreneurs by pre-accelerating businesses with socio-environmental impacts, demonstrating that Amazonia can be a global reference in innovation, business and solutions for a more sustainable world, in line with the Amazonia Program. This consists of two phases. The first is understanding the entrepreneurial scenario of the socio-environmental impact on Amazonia within the context of Natura's activities in the region. The second phase is a pre-acceleration process to strengthen 25 businesses, with the goal of fostering the region's socio-environmental development.

Indicator	Unit	2020 ambition	3Q16	2015 (12 months)
Relative carbon emissions (scopes 1, 2 e 3)	kg CO2/kg prod billed	2,15	3,30	3,18
% post consumption recycled materials ¹	% (g recycled mat/g packaging)	10,0	3,9	2,9
% product recyclability ²	% (g recycled mat/g packaging)	74,0	51,5	50,0
Eco-efficient packaging ³	% (eco-efficient packaging units billed/ total units billed)	40,0	20,6	26,0
Amazon inputs consumed in relation to total inputs	% (R\$ Amazon inputs/R\$ total inputs)	30,0	19,8	12,2
Cumulative business volume in the Pan-Amazon region ⁴	R\$ millions	1.000,0	918,0	751,9
Water consumption	Liters / units manufactured	0,32	0,54	0,49
"Crer Para Ver" Penetration - Brazil ⁵	% active Natura Consultants	23,6	18,0	19,5

¹ The indicator considers the % of packaging materials sourced from post-consumer recycling in relation to total mass of packaging billed.

² The indicator considers the % of packaging that can be recycled in relation to the total mass of packaging billed.

³ Eco-efficient packaging is 50% lighter in relation to regular/similar packaging or which has at least 50% in potentially marketable recyclable materials and/or renewable materials, as long as there is no mass increase.

⁴ Cumulative amounts since 2011.

⁵ Refers to the profit before income tax attributed to the Crer Para Ver product line.

Relative carbon emissions (scopes 1, 2 and 3): Increase compared to 2015 due to weaker sales in Brazil and higher emissions from exports by airfreight to Latam. We continue working to reverse this situation by expanding the distribution of our products via maritime freight and using recycled materials in packaging such as post-consumer recycled glass containers for all Natura fragrance products. Reaching our ambition for 2020 will depend on the development of new eco-efficient products and alternatives for increasing local production in Latam.

% post-consumer recycled materials: The strategy of using recycled glass containers for fragrances continued to generate good results. Our challenge for reaching the 2020 goal is to increase the penetration of recycled glass in the entire fragrances portfolio.

% of product recyclability: Stable results in relation to the previous year. The challenge proposed for 2020 will depend on redesigning certain products in the portfolio that allow for separating components and on using materials with higher recycling rates.

Eco-efficient packaging: Lower share of sales from items with eco-efficient packaging. In addition to making available refill options and packaging with a lower environmental impact, such as for the SOU line, we must resume our efforts to encourage consumers to use refills and expand our use of post-consumer recycled materials to include more items in our portfolio.

Consumption of Amazonian inputs in relation to Natura's total consumption: The result is mainly due to the higher purchases of Amazonian palm oil for soap production. The increased use of ingredients obtained under a more sustainable production model in our formulations is our challenge for reaching the 2020 goal and in turn helping to conserve forest regions.

Cumulative business volume in the Pan-Amazon region: The accumulated result of R\$ 918 million in business conducted in the Pan-Amazon region since 2010 already points to meeting the 2020 ambition. Acquiring inputs for soap production has contributed more significantly to the business conducted in the Pan-Amazon region. The investments in Ecoparque, the technology park built in the state of Pará, make an important contribution.

Relative water consumption: In 2016, the relative consumption of water in production processes reflects the lower production volume, which results in fewer lots and consequently more frequent equipment cleaning. We have ongoing projects to optimize the washing and sanitization processes by reducing water consumption and to increase the use of recycled water in our facilities to reverse this situation. A comprehensive analysis of our EP&L and water footprint, which include the company's entire value chain, showed that the use of products represents a much bigger impact than the industrial stage. We will direct our efforts to shared management with the consumer to reduce this impact.

Funding for Crer para Ver (Education) program: The products from the Crer Para Ver line launched in the quarter contributed to the excellent result. Around 160,000 consultants engaged in this cause in all cycles (every 21 days). The performance of our product sales was excellent in terms of profitability, which will be allocated to investments in education through the Natura Institute. A portion of the funds will be allocated to education for Natura Consultants that includes high school, vocational and undergraduate programs.

2. economic performance

As from the second quarter of 2015, the following business segmentation was adopted: "Brazil," "Latam" (operations in Latin America, including Latam Corporate) and "Aesop" (including the results of the holding companies Natura Brasil Pty Ltd. and Natura Cosmetics Australia Pty Ltd. domiciled in Australia).

The historical data series since 2011 is available in the new format at the following link:

<http://natu.foinvest.com.br/static/ptb/balancos-iterativos.asp?idioma=ptb>

Quarter	Consolidated ¹			Pro-Forma								
				Brazil			Latam			Aesop		
(R\$ million)	3Q16	3Q15	Change (%)	3Q16	3Q15	Change (%)	3Q16	3Q15	Change (%)	3Q16	3Q15	Change (%)
Total Consultants - end of period ('000) ²	1820,9	1835,0	(0,8)	1275,9	1336,7	(4,6)	543,9	497,2	9,4	-	-	-
Total Consultants - average of period ('000)	1832,6	1825,9	0,4	1292,0	1337,1	(3,4)	539,5	487,7	10,6	-	-	-
Units sold - items for resale (in million)	1128	129,7	(13,0)	79,3	101,5	(21,9)	31,8	26,8	18,7	1,6	1,3	24,1
Gross Revenue	2.656,2	2.763,1	(3,9)	1.849,5	1.952,8	(5,3)	658,6	686,9	(4,1)	144,9	119,7	21,1
Net Revenue	1.902,6	1.995,9	(4,7)	1.265,5	1.362,1	(7,1)	503,1	521,3	(3,5)	131,3	109,5	19,9
COGS	(566,8)	(618,3)	(8,3)	(395,9)	(439,0)	(9,8)	(166,1)	(167,0)	(0,5)	(4,2)	(11,7)	(64,0)
Gross Profit	1.335,8	1.377,6	(3,0)	869,6	923,2	(5,8)	337,0	354,3	(4,9)	127,1	97,8	30,0
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(767,3)	(762,9)	0,6	(539,8)	(515,4)	4,7	(207,7)	(226,5)	(8,3)	(16,0)	(15,2)	4,8
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses	(324,6)	(314,2)	3,3	(168,7)	(163,9)	2,9	(55,1)	(72,0)	(23,4)	(99,0)	(75,3)	31,4
Other Operating Income / (Expenses), net	7,5	36,6	(79,4)	7,1	37,0	(80,9)	0,7	0,5	32,3	(0,2)	(1,0)	(80,4)
Financial Income / (Expenses), net	(128,3)	(131,5)	(2,4)	(127,2)	(148,8)	n/d	(6,1)	22,3	n/d	5,0	(5,0)	(198,4)
Earnings Before Taxes	123,1	205,5	(40,1)	41,0	132,2	(69,0)	68,8	78,7	(12,6)	16,9	1,2	n/d
Income Tax and Social Contribution	(46,9)	(75,2)	(37,7)	(18,9)	(35,0)	(46,0)	(26,2)	(34,3)	(23,7)	(1,8)	(5,9)	(69,1)
Noncontrolling shareholders	(3,1)	1,5	(310,8)	-	-	-	-	-	-	(3,1)	1,5	(310,8)
Net Income**	73,1	131,8	(44,6)	22,1	97,2	(77,3)	42,6	44,4	(4,1)	11,9	(3,3)	(465,8)
EBITDA*	319,8	399,6	(20,0)	218,3	331,7	(34,2)	80,5	60,7	32,7	24,1	13,3	81,2
Gross Margin	70,2%	69,0%	1,2 pp	68,7%	67,8%	0,9 pp	67,0%	68,0%	(1,0) pp	96,8%	89,3%	7,5 pp
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	40,3%	38,2%	2,1 pp	42,7%	37,8%	4,8 pp	41,3%	43,5%	(2,2) pp	12,2%	13,9%	(1,8) pp
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	17,1%	15,7%	1,3 pp	13,3%	12,0%	1,3 pp	11,0%	13,8%	(2,8) pp	75,4%	68,8%	6,6 pp
Net Margin	3,8%	6,6%	(2,8) pp	1,7%	7,1%	(5,4) pp	8,5%	8,5%	(0,0) pp	9,1%	(3,0)%	12,1 pp
EBITDA Margin	16,8%	20,0%	(3,2) pp	17,3%	24,4%	(7,1) pp	16,0%	11,6%	4,4 pp	18,4%	12,2%	6,2 pp

(*) EBITDA = Income from operations before financial effects + depreciation & amortization.

(**) Net / (Loss) income attributable to owners of the Company

1 Consolidated figures include Brazil, Latam, Aesop and France.

2 Position at the end of Cycle 6 in France and Cycle 8 in Latam and Brazil.

Year-to-Date (R\$ million)	Pro-Forma											
	Consolidated ³			Brazil			Latam			Aesop		
	9M16	9M15	Change (%)	9M16	9M15	Change (%)	9M16	9M15	Change (%)	9M16	9M15	Change (%)
Total Consultants - end of period ('000) ⁴	1820.9	1835.0	(0.8)	1275.9	1336.7	(4.6)	543.9	497.2	9.4	-	-	0.0
Total Consultants - average of period ('000)	1843.1	1775.0	3.8	1317.6	1317.4	0.0	524.5	457.6	14.6	-	-	0.0
Units sold - items for resale (in million)	338.7	368.4	(8.0)	246.7	289.6	(14.8)	87.6	75.7	15.7	4.2	3.0	43.5
Gross Revenue	7.791,7	7.606,2	2,4	5.464,6	5.635,8	(3,0)	1.887,6	1.674,1	12,7	427,6	284,6	50,2
Net Revenue	5.618,0	5.566,6	0,9	3.763,3	4.013,9	(6,2)	1.457,3	1.282,8	13,6	387,4	260,1	48,9
COGS	(1.726,1)	(1.703,1)	1,4	(1.213,5)	(1.270,7)	(4,5)	(478,3)	(401,2)	19,2	(32,3)	(29,0)	11,5
Gross Profit	3.891,8	3.863,5	0,7	2.549,9	2.743,2	(7,0)	979,0	881,6	11,0	355,0	231,1	53,6
Selling, Marketing and Logistics Expenses	(2.229,3)	(2.156,8)	3,4	(1.544,5)	(1.522,0)	1,5	(623,0)	(586,3)	6,3	(48,3)	(33,4)	44,4
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses ⁹	(987,7)	(891,4)	10,8	(519,2)	(510,4)	1,7	(184,0)	(191,0)	(3,7)	(276,9)	(181,1)	52,9
Other Operating Income / (Expenses), net	10,9	54,9	(80,2)	9,8	55,1	(82,2)	0,8	0,7	20,3	0,2	(0,9)	(123,2)
Financial Income / (Expenses), net	(525,1)	(315,2)	66,6	(494,9)	(342,8)	44,3	(31,8)	29,7	(206,9)	1,6	(2,1)	(174,3)
Earnings Before Taxes	160,6	555,0	(71,1)	1,1	423,1	(99,7)	141,0	134,7	4,7	31,7	13,6	132,8
Income Tax and Social Contribution	(61,2)	(187,0)	(67,3)	(8,2)	(116,6)	(93,0)	(43,6)	(60,8)	(28,3)	(9,4)	(9,6)	(2,0)
Noncontrolling shareholders	(4,5)	0,1	(3182,1)	-	-	-	-	-	-	(4,5)	0,1	- 3182,13
Net Income**	94,9	368,1	(74,2)	(7,0)	306,5	(102,3)	97,4	73,8	31,9	17,7	4,1	329,3
EBITDA*	881,5	1.042,7	(15,5)	645,6	905,9	(28,7)	189,3	117,1	61,6	59,2	34,7	70,3
Gross Margin	69,3%	69,4%	(0,1) pp	67,8%	68,3%	(0,6) pp	67,2%	68,7%	(1,5) pp	91,6%	88,8%	2,8 pp
Selling, Marketing and Logistics Expenses/Net Revenue	39,7%	38,7%	0,9 pp	41,0%	37,9%	3,1 pp	42,7%	45,7%	(3,0) pp	12,5%	12,8%	(0,4) pp
Administrative, R&D, IT and Projects Expenses/Net Revenue	17,6%	16,0%	1,6 pp	13,8%	12,7%	1,1 pp	12,6%	14,9%	(2,3) pp	71,5%	69,6%	1,9 pp
Net Margin	1,7%	6,6%	(4,9) pp	(0,2)%	7,6%	(7,8) pp	6,7%	5,8%	0,9 pp	4,6%	1,6%	3,0 pp
EBITDA Margin	15,7%	18,7%	(3,0) pp	17,2%	22,6%	(5,4) pp	13,0%	9,1%	3,9 pp	15,3%	13,4%	1,9 pp

(*) EBITDA = Income from operations before financial effects + depreciation & amortization.

(**) Net / (Loss) income attributable to owners of the Company

³Consolidated figures include Brazil, Latam, Aesop and France.

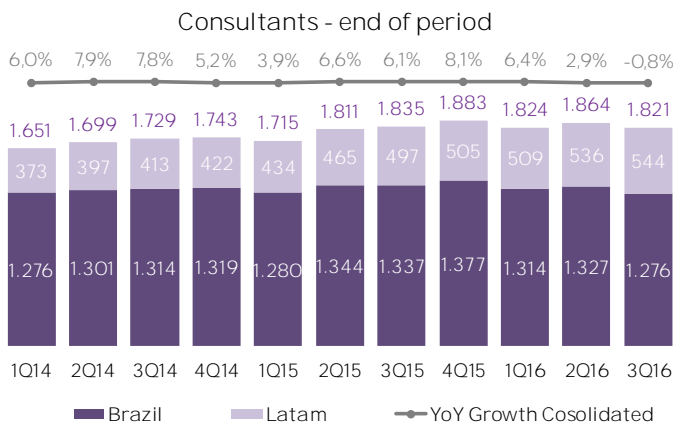
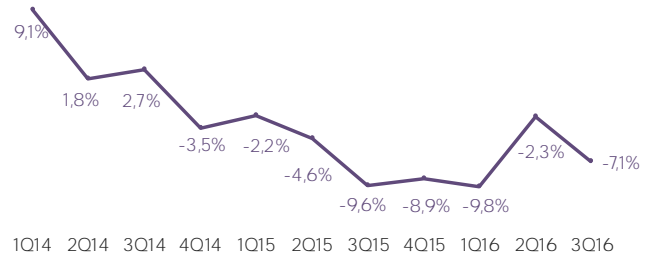
⁴Position at the end of Cycle 6 in France and Cycle 8 in Latam and Brazil.

2.1. net revenue

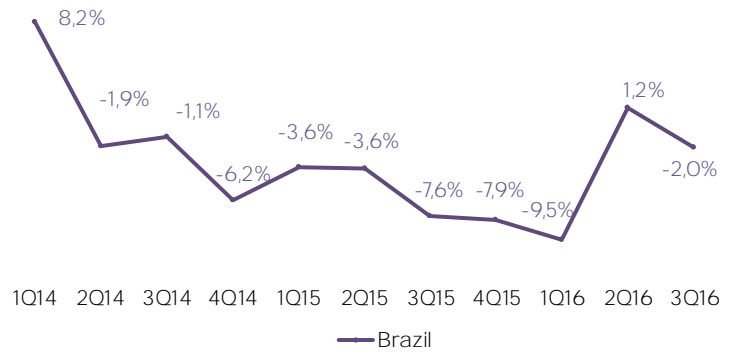
In Brazil, gross revenue contracted 5.3% in 3Q16 compared to 3Q15. Still pressured by the challenging market context, whose factors were described above, our volumes contracted by 21.9%. Meanwhile, net revenue contracted 7.1% compared to 3Q15, reflecting the negative effect from the higher effective tax rate, which was mainly due to the higher tax rates for ICMS in some states and for MVA (added value margin) in various states.

In the period, the average number of consultants fell 3.4% compared to the prior-year period, due to the decline in buying frequency and to the 2.0% drop in productivity.

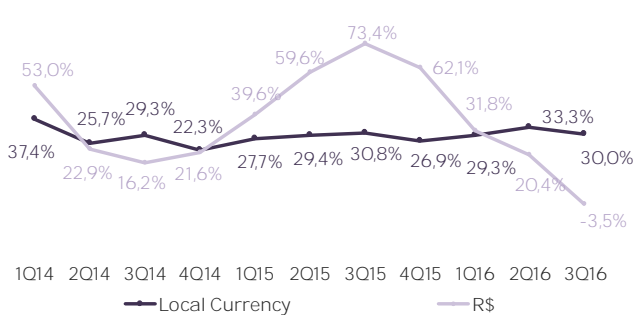
Net Revenue (% year on year)



Productivity (% year over year) ⁽⁵⁾



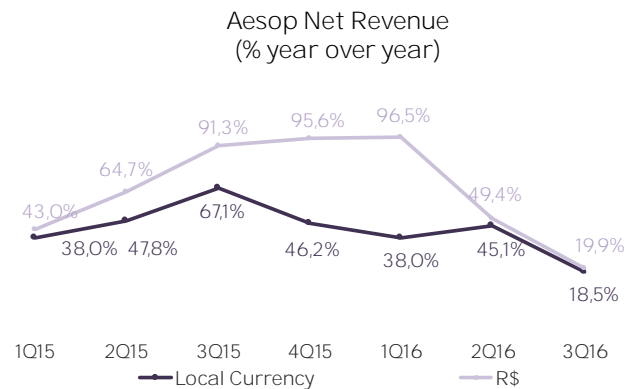
Latam Net Revenue (% year over year)



Latam net revenue grew 30.0% in local currency, driven by the channel's expansion and the higher productivity of Natura Consultants (CNs), but contracted 3.5% in Brazilian real due to the depreciation in the region's currencies of around 40%. In 3Q16, Latam accounted for 26.4% of consolidated net revenue (26.1% in 3Q15), which was supported by strong growth in the consultant base in relation to 3Q15 (10.6% based on average in period) and by the growth in units sold of 18.7%.

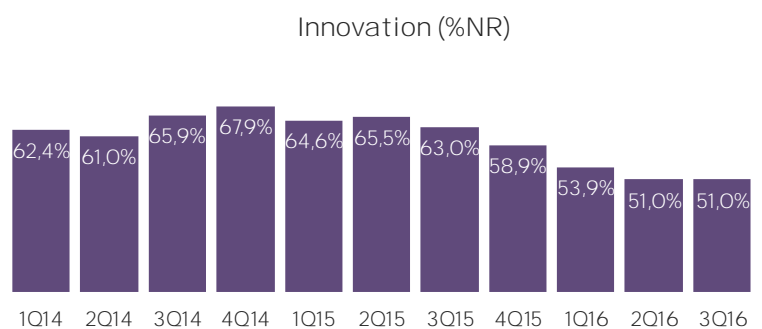
⁵ Productivity at retail prices = (gross revenue in the period/average number of consultants in the period)/(1 - % consultants' profit)

In 3Q16, Aesop continued to post strong growth, of 19.9% in Brazilian real (18.5% in local currency) to account for 6.9% of consolidated net revenue (5.5% in 3Q15), with same-store sales growth of 13%. In the last 12 months, 49 stores were opened, including in 2 new countries (Denmark and New Zealand), for a total of 169 stores (120 in 3Q15) in 20 countries (18 in 3Q15). A directory with all Aesop stores can be found on the website www.aesop.com.



2.2. innovation & products

In the 12 months to September 2016, the innovation index⁶ stood at 51.0%, compared to 63.0% in 3Q15. The relative contribution of products launched in the period considered by the indicator in the quarter was lower than that of launches in the same period of the previous year.



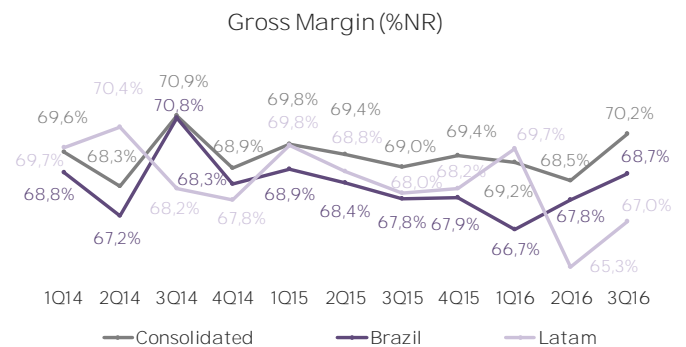
2.3. gross margin

Consolidated gross margin in 3Q16 increased 1.2 p.p. from the year-ago period.

In Brazil, the gross margin expansion of 0.9 p.p. was mainly due to the combination of lower promotional efforts and the portfolio mix effect, which were partially reduced by the higher effective tax rate and the inventory losses in the period.

In Latam, the 1.0 p.p. decline is basically explained by the negative effects from the stronger Brazilian real on the cost of products exported from Brazil to the region.

At Aesop, excluding the non-recurring effect from an accounting adjustment, gross margin remained stable in relation to 3Q15.



⁶ Innovation Index: share in the last 12 months of the sale of products launched in the last 24 months.

The following table presents the main components of consolidated costs:

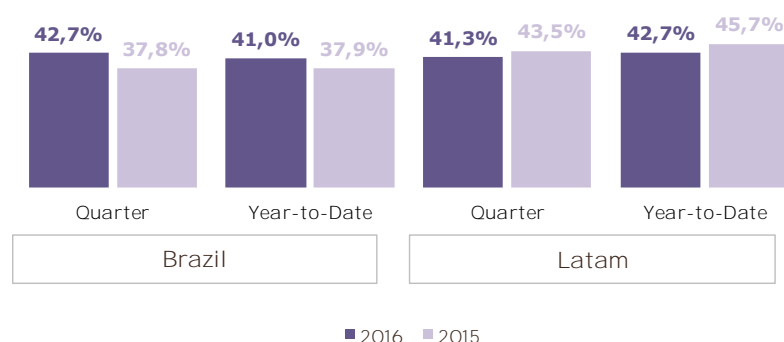
	3Q16	3Q15	9M16	9M15
RM / PM / FP*	79,1%	80,2%	78,5%	79,1%
Labor	10,7%	8,0%	10,8%	9,2%
Depreciation	3,4%	3,5%	3,4%	3,5%
Other	6,8%	8,3%	7,3%	8,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Raw Material, Packaging Material and Finished Products

2.4. operating expenses

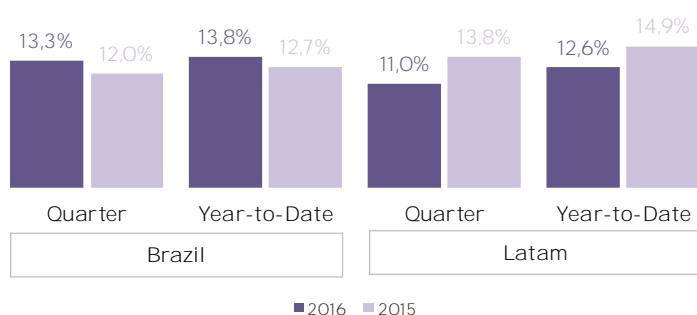
In Brazil, selling, marketing and logistics expenses increased 4.7% in nominal terms compared to 3Q15, due to the higher concentration of launches in 3Q16 compared to 3Q15, supported by higher advertising investments. As a percentage of net revenue, the increase was only 4.9 p.p. (42.7% in 3Q16 vs. 37.8% in 3Q15) due to the lower revenue and higher advertising expenses. Other lines registered reductions compared to 3Q15.

Selling, Marketing and Logistics Expenses (%NR)



In Latam, even with the maintenance of significant marketing investments, the increase in this group of expenses lagged revenue growth.

Administrative, R&D IT and Project Expenses (%NR)



Administrative, R&D, IT and project expenses in Brazil increased 2.9% in nominal terms in 3Q16 compared to 3Q15, lagging inflation in the period. We continued our efforts to contain expenses in order to build a more efficient organization. In 9M16, these expenses remained stable compared to the same period last year.

In Latam, administrative expenses decreased in Brazilian real but in local currency slightly outpaced the region's inflation rate.

2.5. other operating income and expenses

In 3Q16, consolidated income amounted to R\$ 7.5 million, compared to R\$ 36.6 million in 3Q15. The prior year benefited mainly from asset divestments.

2.6. EBITDA

CONSOLIDATED EBITDA (R\$ million)

	3Q16	3Q15	Change (%)	9M16	9M15	Change (%)
Net Revenue	1.902,6	1.995,9	(4,7)	5.618,0	5.566,6	0,9
(-) Income and Expenses	1.651,2	1.658,9	(0,5)	4.932,3	4.696,3	5,0
EBIT	251,4	337,0	(25,4)	685,7	870,2	(21,2)
(+) Depreciation / Amortization	68,4	62,6	9,2	195,8	172,5	13,5
EBITDA	319,8	399,6	(20,0)	881,5	1.042,7	(15,5)

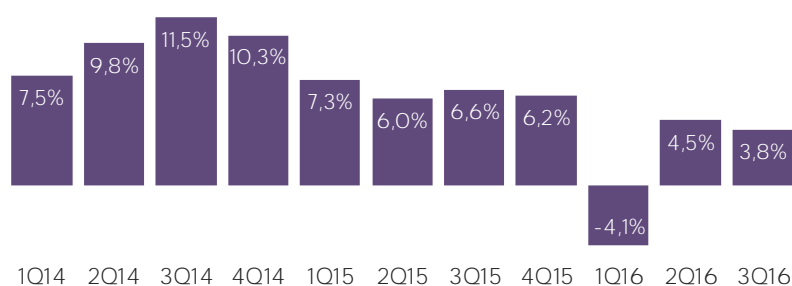
In 3Q16, consolidated EBITDA contracted 20.0% from 3Q15. In Brazil, the 34.2% decline is explained by the 7.1% reduction in net revenue, the higher effective tax rate (31.6% in 3Q16 vs. 30.3% in 3Q15), the slight though below-inflation increase in expenses and the asset divestments made last year.

In Latam, EBITDA growth was 32.7% in Brazilian real, despite the currency's strong appreciation against the region's currencies. In local currency, the region's EBITDA advanced circa 80.0%, demonstrating the high operational leverage the business is enjoying.

Meanwhile, Aesop posted EBITDA growth in Brazilian real of 81.2% (79.3% in local currency), which was driven by the strong expansion in operations with the opening of 49 stores in the last 12 months, and also was supported by the strong same-store sales growth of 13%.

2.7. net income (loss)

Net Margin (%NR)



In 3Q16 Natura posted consolidated net income of R\$ 73.1 million (net income of R\$ 131.8 million in 3Q15), significantly affected by the lower EBITDA, as explained above, which was partially neutralized by the lower income tax.

The composition of net income based on EBITDA follows:

(R\$ million)	3Q16	3Q15	Change R\$	Change (%)	9M16	9M15	Change R\$	Change (%)
EBITDA - Consolidated	319,8	399,6	(79,8)	(20,0%)	881,5	1.042,7	(161,2)	(15,5%)
Depreciation and amortization	(68,4)	(62,6)	(5,8)	9,2%	(195,8)	(172,5)	(23,3)	13,5%
Financial result	(128,3)	(131,5)	3,1	(2,4%)	(525,1)	(315,2)	(209,8)	66,6%
Income tax and social contrib.	(46,9)	(75,2)	28,3	(37,7%)	(61,2)	(187,0)	125,8	(67,3%)
Noncontrolling shareholders	(3,1)	1,5	(4,6)	(310,8%)	(4,5)	0,1	(4,7)	(3182,1%)
Net income - Consolidated	73,1	131,8	(58,7)	(44,6%)	94,9	368,1	(273,2)	(74,2%)

The following table presents the main changes in the financial result, followed by explanations:

(R\$ million)	3Q16	3Q15	Change R\$	Change (%)	9M16	9M15	Change R\$	Change (%)
Financial result	(128,3)	(131,5)	3,1	(2%)	(525,1)	(315,2)	(209,9)	67%
1. Borrowings/financing and short-term investments - Brazil	(64,3)	(59,6)	(4,7)	8%	(189,4)	(167,5)	(21,9)	13%
2. Operational FX gains/(losses) - Brazil	(0,2)	14,9	(15,1)	(101%)	(18,2)	34,9	(53,0)	(152%)
3. Provision for acquiring Aesop's remaining interest	(1,9)	(32,6)	30,7	(94%)	(118,2)	(100,4)	(17,8)	18%
4. International Operations - LATAM	(6,1)	22,3	(28,4)	(127%)	(31,8)	29,7	(61,5)	(207%)
5. Other financial expense / income	(55,9)	(76,5)	20,6	(27%)	(167,6)	(112,0)	(55,6)	50%
Mark-to-market of financial derivatives	9,8	(27,4)	37,2	(136%)	(10,27)	(9,82)	(0,4)	5%
Legal contingencies	(28,6)	(22,3)	(6,4)	28,6%	(83,7)	(47,5)	(36,2)	76,3%
Reclassification BNDES - CPC 07	(18,8)	(13,6)	(5,1)	37,6%	(43,9)	(32,6)	(11,3)	34,7%
Other	(18,4)	(13,3)	(5,1)	38,5%	(29,7)	(22,1)	(7,6)	34,5%

Financial Result: R\$ 3 million favorable change from 3Q15 due to a combination of the following factors:

_Borrowings/financing and short-term investments – Brazil: lower financial income due to a lower average invested balance, partially neutralized by a lower financial expense from a lower average net indebtedness in the period.

_Operational FX gains/(losses) – Brazil: reflects the relationship between the BRL/USD, which was stable in the period, over the accounts receivable from exports.

_Provision for acquiring Aesop's remaining interest: restatement of the liability related to the acquisition of the remaining interest in Aesop. The amount booked in each period reflects the performance of the business (EBITDA) for the financial year ended 30 June 2016, exchange variation and hedge instrument mark-to-market adjustment.

_ International Operations Latam: the change is predominantly due the changes between Brazilian real and Argentine Pesos. In the period the FX rates were virtually stable.

2.8. cash flow

Free cash generation in the quarter amounted to R\$ 138.3 million, compared to R\$319.0 million in 3Q15, reflecting the lower net income and lower working capital reduction of R\$ 41.7 million in 3Q16 (compared to the reduction in working capital of R\$188.8 million in 3Q15), mainly due to the higher inventory coverage in Brazil and Latam.

In 9M16, the reduction in cash generation compared to the same period last year is due to the effects identified in the first two quarters of the year, mainly the net loss reported in 1Q16 and the higher investment in working capital.

R\$ million	3Q16	3Q15	Change R\$	Change %	9M16	9M15	Change R\$	Change %
Net Income*	73,1	131,8	(58,7)	(44,6)	94,9	368,1	(273,2)	(74,2)
Depreciation and amortization	68,4	62,6	5,8	9,2	195,8	172,5	23,3	13,5
Non-cash/Others	14,5	1,1	13,4	n/a	35,3	(11,1)	46,4	n/a
Provision for acquiring Aesop's remaining interest	5,5	32,4	(27,0)	(83,1)	56,3	100,2	(43,9)	(43,8)
Internal cash generation	161,5	228,0	(66,5)	(29,2)	382,3	629,7	(247,4)	(39,3)
Working Capital (Increase)/Decrease	41,7	188,8	(147,0)	(77,9)	(139,9)	257,7	(397,6)	(154,3)
Operating cash generation	203,2	416,8	(213,5)	(51,2)	242,5	887,4	(645,0)	(72,7)
Capex	(65,0)	(97,8)	32,8	(33,6)	(175,6)	(238,7)	63,1	(26,4)
Free cash flow**	138,3	319,0	(180,7)	(56,7)	66,9	648,7	(581,8)	(89,7)

(*) Net income attributable to owners of the Company

(**) (Internal cash generation) +/- (changes in working capital and long-term assets and liabilities) - (acquisitions of property, plant, and equipment).

2.9. indebtedness

We ended the period with a net debt/EBITDA ratio of 1.47, compared to 1.11 a year earlier, reflecting the reductions in EBITDA and weaker cash generation.

R\$ million	Sep16	Part (%)	Sep15	Part (%)	Change (%)
Short-Term	1.950,7	51,6	1.885,8	40,9	3,4
Long-Term	2.124,2	56,2	4.045,5	87,7	(47,5)
Derivatives*	(70,6)	(1,9)	(999,3)	(21,7)	(92,9)
Finance Leases / Others**	(221,4)	(5,9)	(318,2)	(6,9)	(30,4)
Total Debt	3.782,9		4.613,8		(18,0)
(-) Cash, cash equivalents and short-term investment	1.820,0		2.907,9		(37,4)
(=) Net Debt	1.962,9		1.705,9		15,1
Net Debt / Ebitda	1,47		1,11		
Total Debt / Ebitda	2,84		3,01		

*Excluding the temporary, non-cash effects of mark-to-market adjustments of derivatives pegged to foreign currency debt

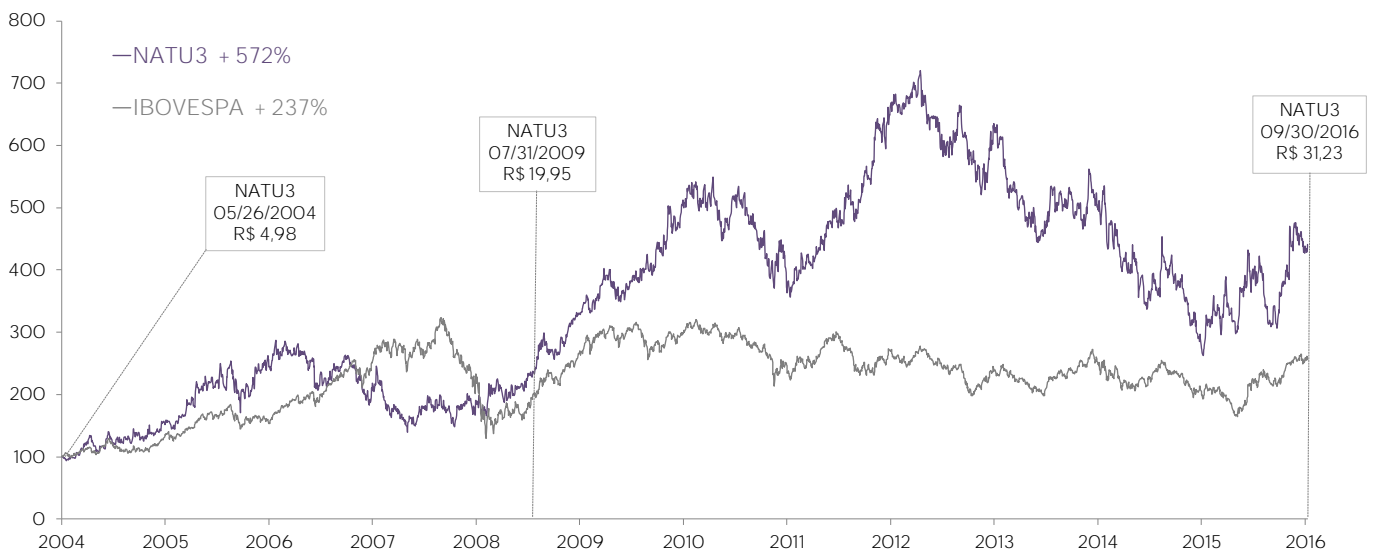
**Other: reclassification of expenses with interest on subsidized loans from financial result in accordance with

3. NATU3 performance

In 3Q16, the price of Natura stock gained 22.5% against 13.3% of the Bovespa Index . Since December 2015, Natura stock climbed 34.4% while the Bovespa Index increased 34.6%.

Average daily trading volume in the quarter was R\$ 36.1 million, compared to R\$23.5 million in the prior-year period.

In June 2016, our ranking in the Bovespa Liquidity Index was 49th (49th in June 2015). The following chart shows the performance of Natura stock since its IPO:



4. conference call & webcast

The Conference Call and Webcast will be held on Oct. 27, 2016 (Thursday) at the following time:

Portuguese / English

10:00 a.m. (Brasília time)

8:00 a.m. (New York time) (simultaneous translation)

From Brazil: +55 11 3193 1001 / +55 11 2820 4001

From USA: Toll Free: +1 888 700 0802

From other countries: +1 786 924 6977

Code: Natura

Live webcast:

www.natura.net/investidor

5. investor relations

Telephone: (11) 4571-7786

Marcel Goya, marcelgoya@natura.net

Luiz Palhares, luizpalhares@natura.net

Rodrigo Yuzo Ishiwa, rodrigoishiwa@natura.net

Camila Soares Cabrera, camilacabrera@natura.net



Índice Brasil 50 **IBRX 50**



MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM

Índice de Ações com Tag Along Diferenciado **ITAG**



2015 Constituinte
MSCI Global
Sustainability Indexes

Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada **IGC**



Índice Carbono Eficiente **ICO2** **MSCI**



Índice de Sustentabilidade Empresarial **ISE**
2015

6. balance sheets

as of September 2016 and December 2015

(in millions of Brazilian real - R\$)

ASSETS	set-16	dez-15	LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	set-16	dez-15
CURRENT ASSETS			CURRENT LIABILITIES		
Cash and cash equivalents	785,0	1.591,8	Borrowings and financing	1.950,7	2.161,4
Short-term investments	1.035,0	1.191,8	Trade and other payables	697,0	802,9
Trade receivables	947,2	909,0	Payroll, profit sharing and related taxes	237,7	201,2
Inventories	1.024,3	963,7	Taxes payable	986,0	1.048,0
Recoverable taxes	315,1	320,4	Provision for acquisition of non-controlling interest	247,0	190,7
Derivatives	18,5	734,5	Other payables	162,3	168,8
Other receivables	311,8	307,5	Total current liabilities	4.280,7	4.572,9
Total current assets	4.436,9	6.018,7			
NON CURRENT ASSETS			NON CURRENT LIABILITIES		
Recoverable taxes	281,4	289,4	Borrowings and financing	2.124,2	3.374,5
Deferred income tax and social contribution	443,4	212,6	Taxes payable	206,5	87,7
Escrow deposits	288,4	287,8	Deferred income tax and social contribution	25,4	34,1
Other noncurrent assets	20,6	17,6	Provision for tax, civil and labor risks	88,2	77,9
Property, plant and equipment	1.707,3	1.752,4	Others provisions	264,9	170,1
Intangible assets	769,7	816,5	Total non current liabilities	2.709,3	3.744,3
Total noncurrent assets	3.510,8	3.376,3	SHAREHOLDERS' EQUITY		
			Capital	427,1	427,1
			Treasury shares	141,2	134,7
			Capital reserves	504,4	409,5
			Earnings reserves	(37,1)	(37,9)
			Proposed additional dividend	0,0	123,1
			Adjustment of equity evaluation	(124,5)	(28,3)
			Total equity attributable to owners of the Company	911,0	1.028,2
			Non controlling interests	46,7	49,6
			Total shareholders' equity	957,7	1.077,8
			Total do patrimônio líquido	957,7	1.077,8
TOTAL ASSETS	7.947,7	9.395,0	TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	7.947,7	9.395,0

7. statement of income

for the periods ended September 30, 2016 and 2015

R\$ million	3Q16	3Q15	9M16	9M15
NET REVENUE	1.902,6	1.995,9	5.618,0	5.566,6
Cost of sales	(566,8)	(618,3)	(1.726,1)	(1.703,1)
GROSS PROFIT	1.335,8	1.377,6	3.891,8	3.863,5
OPERATING (EXPENSES) INCOME				
Selling, Marketing and Logistics expenses	(767,3)	(762,9)	(2.229,3)	(2.156,8)
Administrative, P&D, IT and Project Expenses	(324,6)	(314,2)	(987,7)	(891,4)
Other operating (expenses) income, net	7,5	36,6	10,9	54,9
INCOME FROM OPERATIONS BEFORE FINANCIAL INCOME (EXPENSES)	251,4	337,0	685,7	870,2
Financial income	106,6	776,8	892,1	1.711,3
Financial expenses	(234,9)	(908,3)	(1.417,2)	(2.026,6)
INCOME BEFORE INCOME TAX AND SOCIAL CONTRIBUTION	123,1	205,5	160,6	555,0
Income tax and social contribution	(46,9)	(75,2)	(61,2)	(187,0)
NET INCOME BEFORE NONCONTROLLING	76,2	130,3	99,4	368,0
Noncontrolling	3,1	(1,5)	4,5	(0,1)
NET INCOME	73,1	131,8	94,9	368,1
ATTRIBUTABLE TO				
Owners of the Company	73,1	131,8	94,9	368,1
Noncontrolling	3,1	(1,5)	4,5	(0,1)
	76,2	130,3	99,4	368,0

8. statement of cash flows

for the periods ended September 30, 2016 and 2015

R\$ million	9M16	9M15
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES		
Net income	99,4	368,0
Adjustments to reconcile net income to net cash provided by operating activities:		
Depreciation and amortization	195,8	172,5
Provision (reversal) for losses on transactions with derivative contracts " swap " and "forward "	607,2	(899,8)
Provision (reversal) for tax, civil and labor contingencies	10,2	3,9
Monetary restatement of escrow deposits	(12,4)	(15,6)
Income tax and social contribution	61,2	187,0
Loss on sale and disposal of fixed and intangible assets	(3,5)	(32,8)
Equity income		
Interest and exchange variation on loans and financing	(247,6)	1044,0
Exchange variation on other assets and liabilities	25,5	14,7
Provision (reversal) for losses on property	0,3	(0,7)
Provision (reversal) related to the grant of options to purchase shares	7,2	(5,9)
Provision (reversal) for doubtful accounts	6,6	10,7
Provision (reversal) for losses on inventories	41,4	(2,6)
Provision of health care plan and carbon credits	8,3	4,7
Net income attributable to non-controlling	(4,5)	0,1
Provision for acquisition of non-controlling	56,3	100,2
	851,5	948,5
(INCREASE) DECREASE IN ASSETS		
Trade receivables	(63,5)	(68,9)
Inventories	(102,0)	(188,1)
Recoverable taxes	13,3	(214,6)
Other receivables	(7,4)	(32,4)
Subtotal	(159,5)	(503,9)
INCREASE (DECREASE) IN LIABILITIES		
Domestic and foreign suppliers	(105,9)	404,4
Payroll, profit sharing and related taxes, net	36,5	44,4
Taxes payable	(30,7)	10,5
Other payables	(35,3)	41,8
Subtotal	(135,3)	501,1

CASH GENERATED BY OPERATING ACTIVITIES	556,7	945,7
OTHERS CASH FLOWS BY OPERATING ACTIVITIES		
Payments of income tax and social contribution	(205,2)	(41,0)
Withdrawal (payment) of escrow deposits	16,8	(3,1)
Payment of tax, civil and labor contingencies	(8,8)	(4,6)
Receivables of derivatives	122,3	270,5
Payment of interest on borrowings and financing	(288,3)	(227,8)
NET CASH GENERATED (USED IN) BY OPERATING ACTIVITIES	193,5	939,8
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(175,9)	(238,7)
Receivable from sale of fixed and intangible assets	16,1	76,1
Short-term investments	(3813,2)	(4308,9)
Redemption of short-term investments	3970,1	3556,1
Capital increase in subsidiaries	0,0	0,0
Dividends received from subsidiaries		
NET CASH GENERATED (USED) IN INVESTING ACTIVITIES	(2,9)	(915,5)
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES		
Repayments of borrowings and financing - principal	(1392,7)	(1157,6)
Proceeds from borrowings and financing	574,1	2227,1
Payment of dividends and interest on capital of the prior year	(123,1)	(685,6)
NET CASH GENERATED (USED) IN FINANCING ACTIVITIES	(941,7)	383,9
Gain arising on translation foreign currency cash and cash equivalents	(55,8)	50,9
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	(806,8)	459,1
Cash and cash equivalents at the beginning of the year/period	1591,8	1164,2
Cash and cash equivalents at the end of the year/period	785,0	1623,3
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	(806,8)	459,1
ADDITIONAL STATEMENTS OF CASH FLOWS INFORMATION:		
Non cash itens:		
Capitalization of financial leasing	-	80,9
Hedge accounting	24,6	147,7
Effects of changes from participation of subsidiaries abroad	-	3,6
* The notes are an integral part of these interim financial information.	-	-

9. glossary

_CDI: the overnight rate for interbank deposits.

_Natura Consultant (CN): self-employed resellers who do not have a formal labor relationship with Natura.

_Natura Super Consultant (CNO): self-employed resellers who do not have a formal labor relationship with Natura and support the Relationship Managers in their activities.

_Supplier Communities: the communities of people involved in small-scale farming and extraction activities in a variety of locations in Brazil, especially in the Amazon Region, who extract the inputs used in our products from the social and biodiversity. We form production chains with these communities that are based on fair prices, the sharing of benefits gained from access to the genetic heritage and associated traditional knowledge and support for local sustainable development projects. This business model has proven effective in generating social, economic and environmental value for Natura and for the communities.

_GHG: Greenhouse gases.

_Innovation Index: share in the last 12 months of the sale of products launched in the last 24 months.

_Natura Institute: is a nonprofit organization created in 2010 to strengthen and expand our Private Social Investment initiatives. The institute has enabled us to leverage our efforts and investments in actions that contribute to the quality of public education.

_Target Market: refers to the market share data published by SIPATESP/ABIHPEC. Considers only the segments in which Natura operates. Excludes diapers, oral hygiene products, hair dyes, nail polish, feminine hygiene products as well as other products.

_Profit Sharing: the share of profit allocated to employees under the profit-sharing program.

_Natura Crer Para Ver Program: special line of non-cosmetic products whose profits are transferred to the Natura Institute, in Brazil, and invested by Natura in social initiatives in the other countries where we operate. Our consultants promote these sales to benefit society and do not obtain any gains.

_Sustainable Relations Network: sales model adopted in Mexico that features eight stages in a consultant's development: Natura Consultant, Entrepreneurial Natura Consultant, Natura Developer 1 and 2, Natura Transformer 1 and 2, Natura Inspirer and Natura Associate. To rise up through the various stages, consultants must fulfill certain based on sales volume, attracting new consultants and (unlike the models adopted in other countries) personal development and social and environmental relationships in the community.

_Benefit Sharing: in accordance with Natura's Policy for the Sustainable Use of Biodiversity and Associated Traditional Knowledge, benefits are shared whenever we perceive various forms of value in the access gained. Therefore, one of the practices that defines the way in which these resources are divided is to associate payments with the number of raw materials produced from each plant as well as the commercial success of the products in which these raw materials are used.

_Sipatesp/Abihpec: São Paulo State Perfumery and Toiletries Association / Brazilian Cosmetics, Fragrances and Toiletries Industry Association.

EBITDA is not a measure under BR GAAP and does not represent cash flow for the periods presented. EBITDA should not be considered an alternative to net income as an indicator of operating performance or an alternative to cash flow as an indicator of liquidity. EBITDA does not have a standardized meaning and the definition of EBITDA used by Natura may not be comparable with that used by other companies. Although EBITDA does not provide under BR GAAP a measure of cash flow, Management has adopted its use to measure the Company's operating performance. Natura also believes that certain investors and financial analysts use EBITDA as an indicator of performance of its operations and/or its cash flow.

This report contains forward-looking statements. These forward-looking statements are not historical fact, but rather reflect the wishes and expectations of Natura's management. Words such as "anticipate", "wish", "expect", "foresee", "intend", "plan", "predict", "project", "desire" and similar terms identify statements that necessarily involve known and unknown risks. Known risks include uncertainties that are not limited to the impact of price and product competitiveness, the acceptance of products by the market, the transitions of the Company's products and those of its competitors, regulatory approval, currency fluctuations, supply and production difficulties and changes in product sales, among other risks. This report also contains certain pro forma data, which are prepared by the Company exclusively for informational and reference purposes and as such are unaudited. This report is updated up to the present date and Natura does not undertake to update it in the event of new information and/or future events.

